

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**В. В. ВЕЛИЧКО**

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**  
**з курсу**

**ЕКОНОМІКА І ФІНАНСИ**  
**ПІДПРИЄМСТВА**

*(для студентів денної та заочної форм навчання  
за напрямом підготовки 6.030601 – Менеджмент)*

**Харків**  
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**  
**2015**

**Величко В. В.** Конспект лекцій з курсу «Економіка і фінанси підприємства» (для студентів денної та заочної форм навчання за напрямом підготовки 6.030601 – Менеджмент) / В. В. Величко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 152 с.

Автор: В. В. Величко

Рецензент: к.е.н, доц. Н.М. Матвєєва

*Рекомендовано кафедрою економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку,  
протокол № 1 від 29 серпня 2014 р.*

© В. В. Величко, 2015  
© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015

## ЗМІСТ

<b>Передмова .....</b>	<b>4</b>
<b>ЗМ 1 Економічні засади функціонування підприємства в системі ринкових відносин та економічні основи його виробничої діяльності .....</b>	<b>5</b>
<b><i>Розділ 1 Економічні засади функціонування підприємства в системі ринкових відносин .....</i></b>	<b>5</b>
Тема 1.1 Підприємство в соціально орієнтованій ринковій економіці.....	5
Тема 1.2 Планування діяльності підприємства.....	14
<b><i>Розділ 2 Економічні основи виробничої діяльності підприємства.....</i></b>	<b>25</b>
Тема 1.3 Економічна характеристика продукції підприємства.....	25
Тема 1.4 Виробнича програма підприємства.....	28
Тема 1.5 Виробнича потужність підприємства.....	31
<b>ЗМ 2 Ресурсне забезпечення діяльності підприємства.....</b>	<b>34</b>
<b><i>Розділ 3 Ресурсне забезпечення діяльності підприємства.....</i></b>	<b>34</b>
Тема 2.1 Ресурсний потенціал підприємства.....	34
Тема 2.2 Трудові ресурси підприємства.....	41
Тема 2.3 Майнові ресурси підприємства.....	51
Тема 2.4 Фінансові ресурси підприємства.....	77
<b>ЗМ 3 Економічні результати господарсько-фінансової діяльності підприємства, інтегральна оцінка його стану та забезпечення економічної безпеки.....</b>	<b>80</b>
<b><i>Розділ 4 Економічні результати господарсько-фінансової діяльності підприємства.....</i></b>	<b>80</b>
Тема 3.1 Поточні витрати підприємства та собівартість продукції.....	80
Тема 3.2 Доходи та цінова політика підприємства.....	87
Тема 3.3 Фінансові результати діяльності підприємства.....	99
<b><i>Розділ 5 Інтегральна оцінка стану підприємства.....</i></b>	<b>104</b>
Тема 3.4 Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки.....	104
Тема 3.5 Фінансово-майновий стан підприємства та методи його оцінки.....	110
Тема 3.6 Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Трансформація (реструктуризація) підприємств у процесі розвитку.....	115
Тема 3.7 Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність.....	126
<b>Список рекомендованої літератури.....</b>	<b>151</b>

## ПЕРЕДМОВА

У сучасних економічних умовах в механізмі функціонування підприємств відбуваються суттєві зміни, що викликані економічними реформами, які впроваджуються в Україні. Основним принципом управління діяльністю підприємств стає саморегулювання з мінімальною необхідною мірою державного втручання.

Діяльність підприємств, яка пов'язана із задоволенням потреб кожної людини, підлягає впливу багатьох факторів і охоплює широкий спектр питань організаційно-технологічних, економічних та фінансових, які потребують повсякденного вирішення.

Дисципліна "Економіка і фінанси підприємства", як і політична економія, макроекономіка і мікроекономіка, є економічною наукою. Спільним для них є те, що всі вони досліджують виробничі відносини між людьми й дію економічних законів та закономірностей у процесі виробництва, розподілу і споживання матеріальних благ. Економіка і фінанси підприємства є більш конкретною наукою.

Мета дисципліни - формування у студентів сучасного економічного мислення і системи спеціальних знань про базові поняття щодо господарсько-фінансової діяльності підприємства, змісту її окремих напрямів та їх взаємозв'язку, системи показників, що їх характеризують.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є фінансово-економічний механізм функціонування підприємства, формування та використання його ресурсного потенціалу з метою оптимізації економічних результатів діяльності.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів (ЗМ):

ЗМ 1. Економічні засади функціонування підприємства в системі ринкових відносин та економічні основи його виробничої діяльності.

ЗМ 2. Ресурсне забезпечення діяльності підприємства.

ЗМ 3. Економічні результати господарсько-фінансової діяльності підприємства, інтегральна оцінка його стану та забезпечення економічної безпеки.

# **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

## **ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН ТА ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ЙОГО ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **Розділ 1 Економічні засади функціонування підприємства в системі ринкових відносин**

#### ***Тема 1.1 Підприємство в соціально орієнтованій ринковій економіці***

1. Підприємство як суб'єкт господарювання.
2. Зовнішнє середовище функціонування підприємства.
3. Види підприємств та їх характеристика

#### ***1. Підприємство як суб'єкт господарювання***

З метою здійснення різних видів конкретної праці у суспільстві створюють певні організації, які розрізняються за характером і метою діяльності. За цією ознакою організації поділяються на:

- підприємницькі;
- непідприємницькі.

Організації з підприємницьким характером діяльності називають підприємствами.

Підприємство – це самостійний господарюючий суб'єкт, що володіє правами юридичної особи і здійснює виробничу та комерційну діяльність з метою отримання прибутку.

Підприємство – це організаційно виокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери народного господарства, що виготовляє продукцію, виконує роботу або надає платні послуги. Підприємство – це:

- цілісна система з завершеним відтворювальним процесом;
- комплекс засобів виробництва, що характеризуються технологічною єдністю;
- колектив людей з певними соціально-економічними відносинами.

Підприємство являє собою динамічну систему, воно може змінюватися, переходити з одного типу в інше, але при цьому воно залишається системою тому що має такі властивості:

- результативність – здатність отримувати ефект, створювати необхідну споживачу продукцію;
- надійність – стійке функціонування, яке забезпечується внутрішніми резервами, системою управління, зв'язком з іншими виробничими системами;
- довготривалість – властивість виробничої системи на протязі довгого часу зберігати результативність;

- гнучкість – можливість виробничої системи пристосовуватися до змінних умов зовнішнього середовища;

- управляємість – допустимість тимчасової зміни процесів функціонування в бажаному напрямі під впливом управлінських факторів.

Таблиця 1.1 – Основні напрями діяльності підприємства

Напрямок діяльності	Характеристика напрямку
Маркетинговий	Вивчення ринку товарів та послуг
Виробничий	Обґрунтування обсягу випуску продукції (надання послуг) відповідно до потреб ринку, забезпечення матеріально-технічними ресурсами
Післяпродажний сервіс	Організація гарантійного ремонту, сервісного обслуговування клієнтів
Інноваційний	Науково-технічні розробки, технологічна підготовка виробництва
Економічний	Планування, облік, звітність, ціноутворення, зовнішньоекономічна діяльність, фінансування
Соціальний	Управління персоналом-професійна підготовка кадрів, створення належних умов праці та відпочинку працівників

До характерних особливостей підприємства відносяться:

- економічна відокремленість
- технологічна відокремленість
- юридичне оформлення відокремленості
- участь у суспільному розподілі праці

Типовими умовами діяльності підприємства у ринковому середовищі є:

- самостійне здійснення відтворювального процесу;
- повна економічна відповідальність за результати своєї діяльності;
- прибуток, який є головним джерелом коштів для розвитку підприємства;
- підприємство конкурує з іншими підприємствами;
- економічна допомога держави носить локальний, винятковий характер.

Серед юридичних актів, що регулюють всі напрямки діяльності підприємства визначальними є:

- Господарський кодекс України ;
- статут підприємства;
- колективний договір.

Для ефективного господарювання необхідно визначити цілі створення і функціонування підприємства. Головну мету підприємства, тобто чітко окреслену причину його існування, у світовій економіці прийнято називати місією. Місією сучасного підприємства вважають виробництво продукції (робіт, послуг) для задоволення потреб ринку та одержання максимального прибутку. На основі загальної місії підприємства формулюються і встановлюються загальнофірмові цілі.

## ***2. Зовнішнє середовище функціонування підприємства***

Ринок – це сфера товарного обігу і зв'язана з ним сукупність товарно-грошових відносин, яка виникає між виробниками (продавцями) та споживачами (покупцями) у процесі купівлі-продажу товарів та послуг.

Конкурентне середовище підприємства можна представити як взаємодію суб'єктів конкурентної боротьби і їх дії із забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні умови діяльності підприємств, а факторами, що системно здійснюють вплив на конкурентне середовище є ті чи інші причини, які або частково впливають на рівень та характер конкурентного середовища підприємства, або ж повністю визначають його.

У сучасній економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на нього визначальний вплив.

Поняття - конкуренція (від лат. concurrentia - суперництво, змагання). Конкуренція - це співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні.

Підприємство перебуває в певному конкурентному середовищі, а тому змушене брати участь у конкурентній боротьбі.

Конкурентне середовище підприємства - це суб'єкти конкурентної боротьби (конкуренти) і їх дії із забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні умови діяльності підприємства.

Фактори, що впливають на інтенсивність конкуренції:

- велика кількість конкуруючих підприємств, що збільшує ймовірність появи стратегічних ініціатив;
- повільне зростання попиту;
- умови господарювання у галузі, що можуть спонукати конкурентів до зниження цін або інших методів зростання обсягів продаж;
- незадоволення учасників ринку своїм становищем на ньому;
- посилення конкуренції пропорційно зростанню прибутку від вдалих стратегічних рішень;
- конкуренція стає інтенсивною, коли витрати на те, щоб вийти з даного ринку, вищі, ніж залишитись на ньому та прийняти участь у конкурентній боротьбі.

Підприємство є привабливим з точки зору отримання великого прибутку, якщо конкурентні сили відчутно не впливають на ситуацію в ній. Ідеальним конкурентним середовищем для отримання високих прибутків є таке, в якому постачальники і покупці займають слабку позицію на торговельних переговорах, відсутні якісні товари-субститути, вхідні бар'єри високі, а конкуренція помірна. Однак, якщо хоча б одна з конкурентних сил є сильною, галузь стане привабливою лише для тих підприємств, чия стратегія достатньо діє проти тиску даної конкурентної сили і при цьому дає можливість отримувати прибуток вищий від середнього.

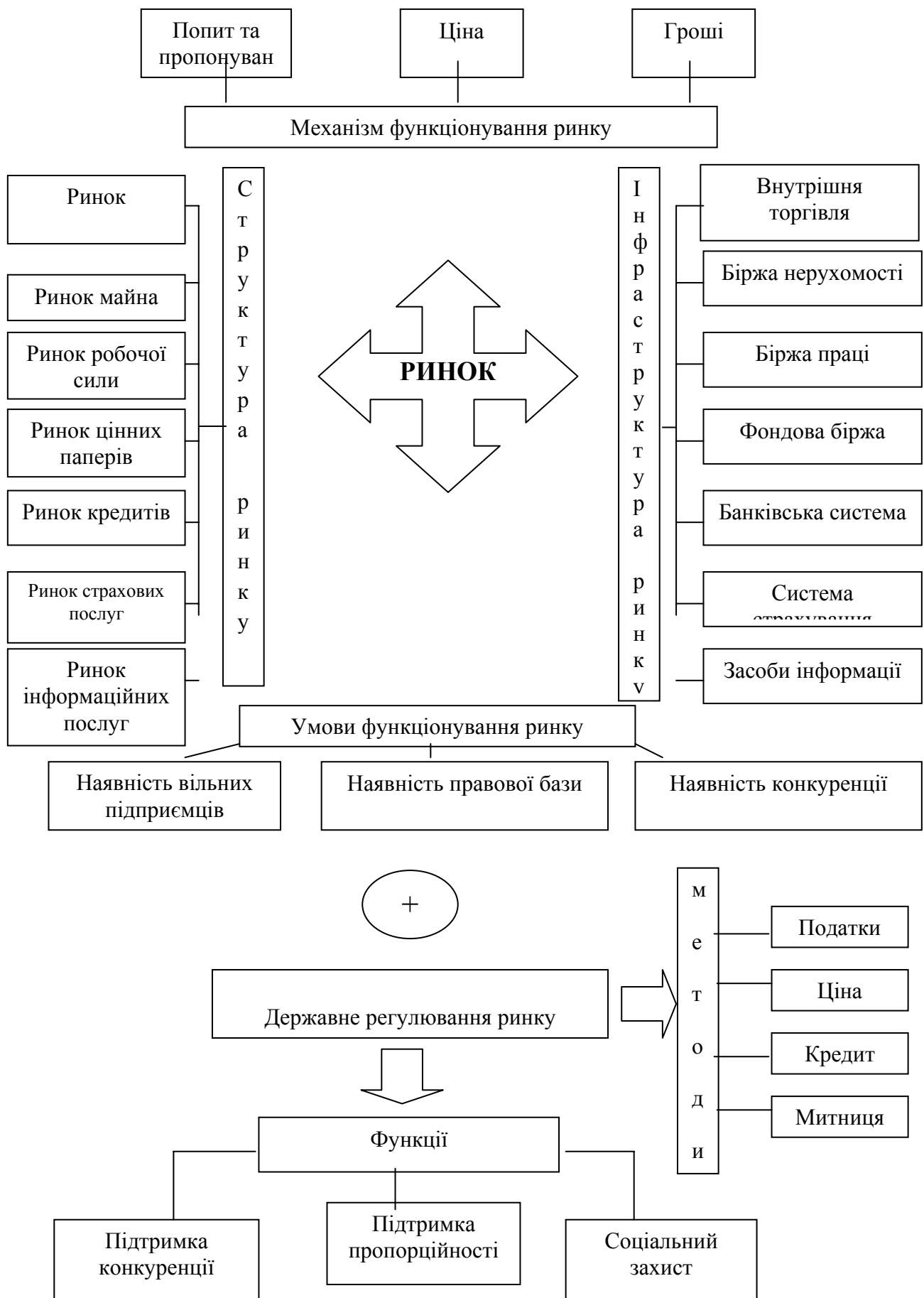


Рисунок 1.1 – Формування конкурентного середовища підприємства на ринку



Таким чином, щоб зайняти провідні позиції у галузі, підприємству слід забезпечити міцні конкурентні переваги. Конкурентна перевага - це перевага, що забезпечує міцні позиції на ринку і доходи на рівні вищому, від середнього по галузі, завдяки кращій компетенції і можливостям в певній сфері або напрямку діяльності.

Таблиця 1.2 – Види конкурентних переваг

Вид	Характеристика
Конкурентні переваги низького порядку	Використання дешевої робочої сили, дешевої сировини тощо. Такі переваги постійно і легко втрачаються внаслідок підвищення зарплати і цін на ресурси, або використання таких дешевих ресурсів конкурентами.
Конкурентні переваги високого порядку	За наявності унікальної технології, добре підготовленого персоналу, унікальної продукції, високого іміджу підприємства. Такі конкурентні переваги забезпечують стійку конкурентоспроможність підприємства в галузі.

Визначивши конкурентні сили у галузі, конкурентну позицію підприємства і діапазон конкуренції, можна формувати його загальні конкурентні стратегії, тобто такі стратегії, що універсально застосовуються на будь-якому підприємстві. Фактори зовнішнього конкурентного середовища є вкрай неоднорідними за джерелами свого походження, оскільки виступають проявом систем різного рівня. Виділяють п'ять груп факторів.

Таблиця 1.3 – Фактори зовнішнього конкурентного середовища

Фактори	Характеристика факторів
Локальні фактори	Фактори, які виникають на рівні взаємодії між підприємствами певного регіону
Фактори мезорівня або галузеві	Фактори, що визначаються функціонуванням галузі як системи; до них відносять механізми внутрішньогалузевого регулювання, методи та рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту тощо
Макроекономічні	Фактори, що відображають умови функціонування національних економік, а саме загальногосподарську кон'юнктуру, стан та динаміку платоспроможного попиту, механізми державного регулювання економіки, наявність та рівень розвитку ринкової інфраструктури тощо
Фактори світової економіки	До цих факторів відносять кон'юнктуру світових ринків, міжнародний розподіл праці, динаміку валютних курсів, міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі тощо
Фактори глобальної економіки	Фактори, які включають поширення ринкової економічної моделі на всі регіони світу, зменшення можливостей держав контролювати внутрішні соціально-економічні процеси, стирання межі між зовнішньою і внутрішньою політикою держав, стимулювання процесу демократизації світової спільноти, зростання впливу міжнародних організацій, регіональних об'єднань, транснаціональних компаній тощо

Залежно від сфери походження фактори впливу на конкурентне середовище поділяють на наукові, техніко-технологічні, управлінські, економічні, соціально-демографічні, географічні, екологічні, політичні.

Таблиця 1.4 – Складові та фактори конкурентного середовища

Фактори	Характеристика факторів
Наукові	Фактори, які характеризують інтелектуальну власність та свідчать про підвищення ефективності наукової сфери.
Техніко-технологічні	Фактори, що характеризуються розвитком техніки, обладнання, інструментів, процесів обробки та виготовлення продуктів, матеріалів і технологій, а також ноу-хау, відображають стан та динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо
Управлінські	Фактори, що характеризують структуру та ефективність системи управління підприємства, рівень організації його маркетингової та фінансово-економічної діяльності, характер організації виробничих процесів та організації праці, ступінь ефективності створених на підприємстві систем прогнозування, стратегічного та поточного планування, моніторингу та оперативного регулювання тощо
Економічні	відображають стадію циклу розвитку економіки, розвиток інтеграційних процесів у економічному просторі, загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей тощо
Соціально-демографічні	Фактори, що відображають стан та динаміку соціальних та демографічних процесів, що відбуваються на макро- та мікро-рівнях. Вплив цієї групи факторів на конкурентне середовище є двобічним: з одного боку, вони здійснюють суттєвий вплив на рівень, динаміку та специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку; з іншого боку, ці фактори певною мірою відбиваються на рівні ефективності виробничо-господарської діяльності складових конкурентного середовища
Екологічні	Фактори, що характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом оточуючого природного середовища. До цієї групи слід віднести вимоги екологічного законодавства, витрати, що виникають у зв'язку з утилізацією відходів виробництва, витрати на утримання та експлуатацію природоохоронних споруд тощо
Географічні	Фактори, які пов'язані з розміщенням, топографією місцевості, кліматом і натуральними ресурсами, зокрема, корисними копалинами.
Політичні	Фактори, що здійснюють суттєвий вплив на конкурентне середовище: загальнополітичний клімат та стан розвитку міжнародних відносин, політики іноземних країн щодо соціально-економічних та політичних перетворень в Україні
Фактори конкуренції	Фактори, які відбивають майбутні та поточні дії конкурентів, зміни в частках ринків, концентрації конкурентів

Залежно від свого характеру фактори впливу на конкурентне середовище, поділяються на загальні, специфічні та індивідуальні.

Загальні фактори здійснюють вплив на усі складові конкурентного середовища без винятку; специфічні фактори – це ті, що здійснюють вплив на складові конкурентного середовища, що діють в межах, наприклад, певної галузі, або певного регіону, або тих, що діють на конкретному ринку; дія індивідуальних факторів обумовлює зміни лише окремої складової конкурентного середовища.

Залежно від тривалості дії фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на постійні та тимчасові.

Постійні фактори визначають загальний стан та динаміку конкурентного середовища; тимчасові – змінюють цей стан внаслідок тих чи інших подій.

Залежно від ролі факторів у забезпеченні підприємства конкурентною перевагою, конкурентоспроможності та конкурентної позиції підприємства вони поділяються на основні та другорядні.

Вплив основних факторів на рівень конкурентоспроможності є визначальним; саме вони є вирішальними у забезпеченні реалізації стратегічних цілей та підпорядкованих їм основних завдань підприємства.

Вплив другорядних факторів на конкурентне середовище не є визначальним – фактично вони лише створюють умови для нормального функціонування складових конкурентного ринкового середовища (рис. 1. 1).

Вивчення усіх наведених факторів є важливою передумовою формування системного бачення конкурентного середовища, без якого неможливі управління підприємством, формування стратегії та її практична реалізація на ринку.

Принципи поведінки суб'єктів господарювання на конкурентному ринку:

Принцип соціального партнерства – підприємство зобов'язане постійно опікуватися питаннями соціального розвитку не тільки свого трудового колективу, а й місцевого населення.

Принцип свободи підприємства - цей принцип забезпечуються певними правами підприємства, а саме: (можливість самостійної діяльності, самостійної організації виробництва, самостійності у прийнятті господарських рішень, реальним правом розпорядження майном і прибутком підприємства).

### ***3. Види підприємств та їх характеристика***

Для забезпечення ефективної діяльності в сучасних умовах, кваліфікованого управління підприємствами важливою є повна класифікація підприємств за певними ознаками.

Класифікація підприємств – це їх угруповання за певною ознакою.

За правовим статусом та формою господарювання підприємства поділяють на одноосібні, кооперативні (виробничі та споживчі), орендні, господарські товариства (повне товариство, товариство з обмеженою

відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, командитне, акціонерне товариство).

Таблиця 1.5 – Класифікація підприємств

Класифікаційні ознаки	Види підприємств
Мета й характер діяльності	комерційні (які мають прибуток) некомерційні (доброчинні, освітянські, медичні, наукові та підприємства невиробничої сфери)
Вид діяльності	завод, банк, інститут, контора, агентство, магазин, фірма тощо
Форма власності майна	приватні (індивідуальні та сімейні) колективні комунальні державні
Національна належність капіталу	національні закордонні змішані (спільні)
Правовий статус і форма господарювання	одноосібні кооперативні (виробничі та споживчі) господарські товариства (повне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, командитне, акціонерне товариство)
Галузево-функціональний вид діяльності	промислові сільськогосподарські будівельні транспортні торгові виробничо-торгові торгово-посередницькі інноваційно-впроваджувальні лізингові банківські страхові туристичні житлово-комунальні
Технологічна (територіальна) цілісність і ступінь підпорядкування	головні дочірні асоційовані філії
Розмір за кількістю працівників	великі середні малі (у промисловості та будівництві до 200 осіб, інші галузі виробничої сфери – 50, наука й наукове обслуговування – 100, галузі невиробничої сфери – 25, роздрібна торгівля – 15) мікропідприємства (до 10 осіб та виручкою до 250 тис. грн. на рік)

Одноосібне володіння — підприємство, в якому майно належить одному суб'єкту, що самостійно веде справу, отримує весь дохід і несе відповідальність за ризик від бізнесу.

Партнерство, або товариство, — форма організації бізнесу, що засновується на об'єднанні (пайовому, дольовому) майна різних власників.

Розрізняють такі види партнерства: повне товариство (товариство з необмеженою відповідальністю); товариство з обмеженою відповідальністю; змішане (командитне) товариство.

Повне товариство (товариство з необмеженою відповідальністю) — товариство учасники якого несуть відповідальність за роботу фірми в розмірах як свого внеску, так і своїх особистих коштів. Найчастіше статус повного партнерства використовують невеликі фірми у сфері професійних послуг (юридичних, аудиторських, медичних тощо).

Товариство з обмеженою відповідальністю — товариство, де майнова відповідальність партнерів не перевищує суми, яку вони внесли при створенні товариства. Такі партнерства характерні для фірм, зайнятих здійсненням будівельних проектів, розробкою природничих ресурсів, операціями з нерухомістю та іншими видами діяльності в капіталомістких сферах.

Змішане (командитне) товариство об'єднує частину своїх членів за принципом повної (необмеженої) відповідальності (дійсні члени), а частину — за принципом обмеженої відповідальності, майнова відповідальність яких поширюється лише на внесок, зроблений учасником у капітал товариства. Право голосу в таких фірмах мають лише дійсні члени товариства.

Класифіковані за формою власності державні підприємства засновані на державній власності, яка має два рівні: загальнодержавний і комунальний. Відповідно функціонують і два види підприємств.

Майном і виробничо-комерційною діяльністю загальнодержавних підприємств розпоряджається вищий орган державної влади.

Комунальні підприємства є власністю адміністративно-територіальних одиниць влади, які використовують їхній потенціал у своїх власних інтересах.

Розрізняють підприємства малі, середні та великі.

Сучасна економіка передбачає оптимальне поєднання великих, середніх і малих підприємств.

Підприємства класифікують також за сферою, видом господарської діяльності. Зумовлено це тим, що існує суспільний поділ праці, відповідно до якого утворюються підприємства сільськогосподарські, промислові, будівельні, транспортні, фінансові, торговельні, наукові, сфери обслуговування.

Підприємства різних сфер господарювання відрізняються між собою не тільки структурою і умовами виробництва, а й тим, що вони виробляють. У промисловості, наприклад, створюються як засоби виробництва (верстати, вантажні автомобілі, трактори тощо), так і предмети споживання (взуття, одяг, продукти харчування). Торговельні та фінансові біржі сприяють прискоренню обороту капіталу, поєднуючи виробників і покупців. Виходячи з цього

підприємства різних галузей можна згрупувати за видом діяльності так: виробничі, фінансові, посередницькі, страхові.

Під структурою підприємства розуміється його внутрішня будова, тобто склад підрозділів, система їх зв'язку, взаємодії та підпорядкованості. Сукупність виробничих підрозділів утворює виробничу структуру підприємства.

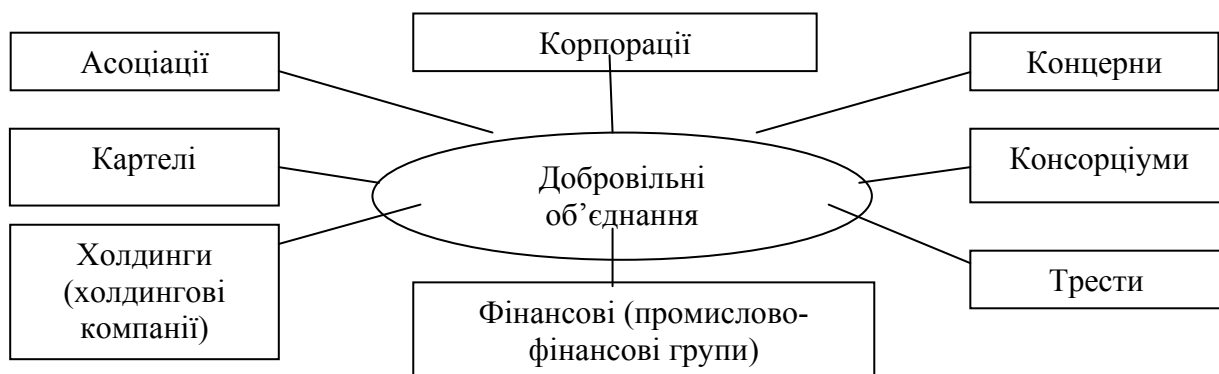


Рисунок 1.2 – Форми добровільних об'єднань підприємств та організацій

Згідно з чинним законодавством в Україні можуть створюватися і функціонувати два типи об'єднань підприємств та організацій (інтеграційних утворень):

- добровільні
- інституціональні.

Інституціональні об'єднання – підприємства, діяльність яких започатковується в директивному порядку міністерствами чи Кабінетом Міністрів України: виробничі, науково-виробничі, науково-технічні, виробничо-торгівельні об'єднання (комплекси, центри).

Підприємства мають право на добровільних засадах поєднувати свою виробничу, наукову, комерційну й інші види діяльності, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству України.

## Тема 1.2 Планування діяльності підприємства

1. Зміст та основні принципи планувань діяльності підприємства
2. Стратегічні та тактичні цілі діяльності підприємства
3. Методи планування окремих показників господарсько-фінансової діяльності

### *1. Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства*

Сутність планування полягає в обґрунтуванні цілей, засобів досягнення цілей на основі складання комплексу завдань, визначення всіх видів ресурсів, що необхідні для виконання цих завдань і встановлення взаємодії між ними.

Планування – це процес визначення цілей підприємства на певний проміжок часу, конкретизації оптимальних засобів їх реалізації та ресурсне забезпечення.

Результатом процесу планування є план, який завдяки використанню певних ресурсів та виконанню певних дій повинен забезпечити досягнення бажаної мети.

План - це документ, що у відповідності до обраних цілей містить систему конкретних дій та заходів їх досягнення, дані про перелік та обсяг необхідних ресурсів, а також послідовність та терміни виконання робіт з виробництва та реалізації продукції (послуг).

Практика планування зазначає три основних види планування.

- стратегічне планування.
- тактичне (поточне) планування.
- оперативне планування.

Стратегічне планування є довгостроковим плануванням діяльності підприємства. Його особливістю є відсутність конкретних значень показників. Це планування визначає спрямованість діяльності, формує види діяльності і періоди існування певних видів діяльності.

Тактичне планування є плануванням діяльності підприємства на поточний період існування з чітко вираженою конкретною метою і завданнями. Таке планування утворює поточні плани, що включають конкретні показники і межі їх значень, досягнення яких обмежене поточним плановим періодом.

Оперативне планування є деталізацією тактичного планування і без нього не існує. Таке планування дозволяє створювати оперативні планові завдання конкретним виконавцям поточних планів підприємства. Операційне планування вирішує задачі внутрішньовиробничого характеру.

Підприємство здійснює процес планування для забезпечення стабільності та ефективності своєї діяльності, який охоплює всі її напрями та етапи.

На підприємстві обов'язково потрібен контроль за ходом виконання плану. В кінці планового періоду доцільно здійснювати порівняння отриманих результатів із плановими показниками, встановлювати ефективність планового процесу. Отримані дані є вихідною інформацією для аналізу попередньої діяльності підприємства та проведення нового процесу планування.

Отже планування фактично пов'язане із замкнутим циклом діяльності підприємства: визначення стратегії, розробка планів, їх реалізація, контроль, аналіз результатів виконання, визначення стратегії.

Розробка та виконання плану повинні бути для господарюючого суб'єкту не самоціллю, а засобом забезпечення його ефективної роботи.

Планування – наука, що базується на певних методологічних принципах (правилах).

Принцип єдності передбачає, що всі окремі плани підприємства (план виробництва та реалізації продукції, план витрат, фінансовий план та інші), а також плани його окремих підрозділів повинні бути тісно пов'язані один з одним та із загальним комплексним планом соціально-економічного розвитку

підприємства. Цей зв'язок передбачає, що будь-яка зміна показників окремих планів повинна бути відображена в загальному плані.

Принцип безперервності передбачає, що процес планування повинен здійснюватися постійно та безупинно в межах виробничо-господарського циклу.

Принцип гнучкості полягає в плануванні певних резервів, що дозволять корегувати планові завдання при виникненні непередбачених обставин під впливом змін внутрішніх та зовнішніх умов.

Принцип точності безпосередньо пов'язаний із принципом гнучкості. Плани мають бути максимально наближені до існуючих виробничих можливостей. Тільки довгострокове планування, за своєю специфікою, обмежується визначенням загальних напрямів діяльності внаслідок обмеженості інформації та швидким змінам зовнішнього середовища.

Принцип участі передбачає активну участь усього персоналу в плановій діяльності підприємства.

Принцип необхідності передбачає обов'язкову розробку планів при здійсненні будь-якої діяльності. Це дозволить підприємству використати майбутні сприятливі умови та запобігти можливим перешкодам; покращити координацію дій персоналу та окремих підрозділів; забезпечити досягнення бажаних результатів, раціонально розподілити ресурси та здійснювати контроль за роботою підприємства.

Принцип альтернативності передбачає здійснення декількох альтернативних планових розробок, з яких у подальшому обирається найкращий варіант.

Принцип цілеспрямованості вимагає спрямованості планування на досягнення певної мети.

Принцип пріоритетності передбачає вибір пріоритетних напрямів при плануванні, що обумовлено обмеженістю ресурсів та невідкладністю рішення найважливіших проблем у першу чергу.

Принцип комплексності вимагає, щоб був розглянутий всебічно не тільки об'єкт планування, а також його зв'язки з іншими процесами та явищами.

Принцип науковості означає, що при розробці планів необхідно дотримуватися вимог об'єктивних законів розвитку суспільства, використовувати науковий інструментарій та світовий досвід.

Принцип оптимальності передбачає вибір найкращого варіанту плану з декількох альтернативних, який сприяє підвищенню ефективності виробництва, максимальному задоволенню потреб споживачів на основі раціонального використання наявних ресурсів.

Принцип збалансованості передбачає встановлення необхідної відповідності між взаємопов'язаними розділами й показниками плану, між потребами в ресурсах та їх наявністю.

Принцип адекватності об'єктивним закономірностям розвитку - це виявлення та оцінка стійких тенденцій розвитку об'єкта планування та його взаємозв'язків.



Принцип ефективності передбачає розробку такого варіанту плану, який при використанні обмежених ресурсів забезпечив би отримання найбільшого економічного ефекту. Оцінка ефекту планування відбувається шляхом порівняння очікуваних результатів з обраною метою, плановим нормативом доходності. Визначити остаточний ефект при розробці плану не завжди можливо, але планувати його необхідно.

## ***2. Стратегічні та тактичні цілі діяльності підприємства***

Мета підприємства (товариства) – це визначення якісних і кількісних характеристик функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне. Мета функціонування товариства утворює складну і взаємопов'язану систему, що залежить як від зовнішнього середовища, котре оточує підприємство, такі від внутрішніх факторів його функціонування.

Загальна (генеральна) стратегія розвитку підприємства пов'язана з діяльністю підприємства в цілому, використанням всіх ресурсів і орієнтована на виконання його головної цілі.

Виробничі (допоміжні) види стратегій забезпечують реалізацію генеральної стратегії підприємства по окремим напрямленням його діяльності (маркетингова, фінансова, виробнича та ін.), видам діяльності (стратегія основної діяльності, пов'язана з реалізацією товарів і обслуговуванням покупців, стратегія неторгової діяльності – ремонтно-будівельної, транспортної, виробничої і т.д.) використанню окремих видів ресурсів (стратегія формування і використання трудових ресурсів, матеріально-технічної бази, фінансових ресурсів і т. д.)

Стратегічні плани повинні бути зроблені так, щоб не тільки залишатися цілісними протягом тривалих періодів часу, але і бути достатньо гнучкими, щоб при необхідності можна було здійснити модифікацію і переорієнтування. Загальний стратегічний план варто розглядати як програму, що спрямовує діяльність фірми протягом тривалого періоду часу, даючи собі звіт про те, що конфліктна і постійно мінлива ділова і соціальна обстановка робить постійні коригування неминучими.

Першим і, може бути самим істотним рішенням при плануванні, буде вибір цілей підприємства.

Діяльність підприємства на споживчому ринку направлена на досягнення певних стратегічних цілей і тактичних задач, які дозволяють забезпечити ефективну господарську діяльність, виживання і його конкурентоспроможність на ринку.

Під *ціллю* розуміють якісні і кількісні характеристики функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне.

Досягнення цілей підприємства передбачає реалізацію цілей суспільства (в нормальних умовах розвитку ринку), оскільки отримання прибутку передбачає реалізацію продукції, тобто визнання її покупцем.

### *Вимоги до цілей діяльності підприємства*

1. Цілі повинні бути досяжними - це принципова вимога при визначенні цілей. Вони не повинні бути досить легкими для досягнення. Але вони не повинні бути нереальними щодо можливостей виконавців. Нереальна для досягнення ціль приводить до демотивації працівників і втрати ними необхідних в роботі орієнтирів, що негативно позначається на діяльності підприємства.

2. Цілі повинні бути гнучкими, що надає можливість для їх корегування щодо змін як у внутрішньому так і у зовнішньому середовищі.

3. Цілі повинні бути конкретними, мати певну визначеність і специфічність, допомагати однозначно орієнтуватись у спрямованості функціонування підприємства. Цілі повинні чітко фіксувати передбачувані результати діяльності, терміни їх досягнення й хто повинен її досягти. Чим конкретнішою є ціль, тим легше визначити стратегію її досягнення.

4. Цілі повинні бути вимірюваними, тобто сформульованими таким чином, щоб їх можна було кількісно виміряти.

5. Цілі повинні бути сумісними, що означає що довготермінові цілі відповідають місії підприємства, а короткотермінові - довготерміновим його цілям. Важливо, щоб відповідали одна одній цілі, які відносяться до прибутковості й до визначення конкурентної позиції, цілі зміцнення позиції на опанованому ринку й цілі щодо проникнення на нові ринки, цілі прибутковості й благодійності, цілі щодо зростання й цілі щодо підтримання стабільності.

6. Цілі повинні бути прийнятними для основних суб'єктів, які визначають діяльність підприємства. При формулюванні цілей досить важливо враховувати побажання й потреби працівників.

Таблиця 1.6 – Класифікація цілей підприємства в залежності від стадії життєвого циклу

Стадія життєвого циклу	Головна ціль	Основне завдання
Народження	Виживання	Вихід на ринок
Дитинство	Короткочасний прибуток	Закріплення позицій на ринку
Юність	Прискорений ріст об'ємів продаж та прибутку	Захоплення своєї частини ринку
Рання зрілість	Постійний ріст об'ємів діяльності	Диверсифікація діяльності (освоєння додаткових напрямків діяльності)
Зрілість	Формування іміджу підприємства і збалансований ріст	Закріплення позицій підприємства на освоєному ринку
Старіння	Збереження позицій	Забезпечення стабільності господарської діяльності
Відродження	Оживання (пошук додаткових імпульсів в діяльності)	Омолодження (технічне переозброєння, нові постачальники, застосування нових технологій і т.п.)

Таблиця 1.7 – Класифікація цілей підприємства за групами

Ознака	Види цілей
За змістом (за предметом, сферами діяльності підприємств)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- економічні;</li> <li>- соціальні;</li> <li>- виробничі;</li> <li>- організаційні;</li> <li>- технологічні;</li> <li>- політичні;</li> <li>- наукові;</li> <li>- естетичні;</li> <li>- психологічні;</li> <li>- екологічні.</li> </ul>
За спрямованістю на середовище	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зовнішні;</li> <li>- внутрішні.</li> </ul>
За розміром	<ul style="list-style-type: none"> <li>- максимальні;</li> <li>- мінімальні.</li> </ul>
За горизонтом планування (часовим)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- довгострокові (стратегічні);</li> <li>- середньострокові (тактичні);</li> <li>- короткострокові (оперативні).</li> </ul>
За сферою дії	<ul style="list-style-type: none"> <li>- глобальні;</li> <li>- регіональні;</li> <li>- вищі;</li> <li>- проміжні;</li> <li>- національні;</li> <li>- локальні.</li> </ul>
За ієрархією	<ul style="list-style-type: none"> <li>- цілі підприємства;</li> <li>- цілі структурних підрозділів і функціональних служб.</li> </ul>
За сумісністю	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сумісні, взаємодоповнюючі;</li> <li>- індиферентні (незалежні);</li> <li>- конкурентні.</li> </ul>
За вимірюваністю	<ul style="list-style-type: none"> <li>- переважно кількісні;</li> <li>- якісні.</li> </ul>
За відношенням до бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- комерційні;</li> <li>- некомерційні (суспільні).</li> </ul>
За персоніфікацією	<ul style="list-style-type: none"> <li>- індивідуальні (особисті);</li> <li>- групові.</li> </ul>
За характером діяльності	<ul style="list-style-type: none"> <li>- цілі функціонування;</li> <li>- цілі розвитку.</li> </ul>
За стадіями життєвого циклу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- цілі створення;</li> <li>- цілі розвитку;</li> <li>- цілі згорання.</li> </ul>

Слід ставити такі цілі, які б забезпечували одержання максимально можливих прибутків у довготерміновій перспективі, а також враховували б інтереси суспільства загалом щодо охорони навколишнього середовища та реалізації соціальних потреб населення.

Залежно від концепції підприємства встановлюється генеральна мета, місія організації — суто економічна або соціально-економічного характеру.

Для досягнення генеральної мети потрібно довести її зміст до кожного рівня та виконавця на підприємстві, визначити внесок кожного з працівників у стратегічний успіх підприємства взагалі.

З метою узгодження цілей, доведення до різного рівня виконавців і забезпечення виконання, особливу увагу слід приділити такому важливому етапу їх формування як побудова ієрархії (дерева) цілей.

Ієрархія цілей означає конкретизацію цілей більш високого рівня в цілі нижчого рівня та доведення їх до кожного виконавця. Тобто йдеться про ранжування, декомпозицію цілей.

Співвідношення цілей різних рівнів в ієрархії таке: а) цілі вищого рівня завжди мають ширший характер і більший часовий інтервал для досягнення; б) цілі нижчого рівня є засобом досягнення цілей вищого рівня. В цілому, якщо ієрархія цілей побудована правильно, то кожний підрозділ, досягаючи своїх цілей, робить внесок у досягнення цілей підприємства в цілому.

Ієрархія, ранжування проводяться за допомогою декомпозиції цілей, яка вимагає побудови „дерева цілей».

„Дерево цілей" - це графічне зображення взаємозв'язку і підпорядкованості цілей, що відображає розподіл місії і мети на цілі, підцілі, завдання та окремі дії. Це можна забезпечити за допомогою декомпозиції цілей та задач, тобто побудовою «дерева цілей», де встановлюються конкретні, виміряні задачі, що лежать в основі конкретних видів робіт.

«Дерево цілей» — це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії. «Дерево цілей» можна визначити, як «цільовий каркас» організації, явища чи діяльності.

Мета — це ідеальне уявлення про характер діяльності та можливості об'єкта, відносно якого вона встановлена й має відбивати об'єктивні умови його існування, а також коригування структури об'єкта, структури та динаміки процесу досягнення мети, тому мова має йти про сукупність цілей.

Побудова «дерева цілей» будь-яким методом базується на таких якостях цілей, як: співпорядкованість; розгортуваність; співвідносна важливість.

Вимоги до побудови „дерева цілей» :

- на кожному рівні сукупність цілей, підцілей, завдань по винна відповідати обсягам і вкладатися в строки виконання цілей вищого рівня;

- відсутність суперечностей між цілями що знаходяться на різних рівнях „дерева цілей»;

- декомпозиція місії і мети на всіх рівнях повинна проводитись за одним і тим же методологічним підходом;

- цілі усіх рівнів мають бути виражені в конкретних обсягах, строках з визначенням конкретних виконавців (відповідальних).

### ***3. Методи планування окремих показників господарсько-фінансової діяльності***

Розрізняють нормативні та фактичні «дерева цілей» організації.

Нормативне дерево цілей — має плановий характер.

Фактичне дерево цілей — характеризує поточний стан підприємства з точки зору діяльності, яку воно тепер виконує.

Перехід від фактичного до нормативного «дерева цілей» є завданням, яке розв'язує стратегічне управління.

Цілі визначають у кількісно-якісних показниках внесок до загальних результатів, очікуваних від діяльності окремої виробничої чи управлінської ланки, окремого менеджера чи виконавця-робітника (залежно від змісту конкретної мети та діяльності, яка пов'язана з її досягненням).

Цілі мають бути встановлені для кожного напрямку діяльності підприємства, для кожного виробничого підрозділу, який бере участь у досягненні результатів. Цілі підприємства — це описані у формальному вигляді межі, яких воно бажає досягти у довго- та короткостроковому періоді.

Сукупність цілей можна охарактеризувати за допомогою конкретних показників, що дає змогу виконати вимогу вимірюваності. Кожне підприємство обирає та формулює свої цілі, а також формує систему показників для їхньої характеристики.

Показники, що в загальному переліку можуть відбивати цілі організації, найчастіше згруповані таким чином:

- загальноекономічні цілі: рівень прибутків; рівень рентабельності (розрахований за різними методиками); річний приріст прибутку; річний приріст доходу в розрахунку на одну просту акцію тощо;

- маркетингові цілі: загальний обсяг продажу; частка ринку, що його обслуговує фірма; приріст обсягів продажу; приріст частки ринку; рівень забезпеченості ресурсами; рівень цін;

- цілі виробництва: масштаб виробництва та динаміка приросту; рівень витрат; додана вартість та її динаміка; рівень якості виробництва; упровадження нових методів виробництва; рівень диверсифікації; рівень ефективності тощо;

- фінансові цілі: мінімізація податкового «пресу»; фінансова стабільність; оптимальна структура капіталу; динаміка обіговості капіталу; ціна акції та рівень дивідендів; приріст інвестицій та ін.;

- науково-технологічні цілі: технологічний рівень; розробка нових продуктів і технологій; придбання патентів і ліцензій; адаптація «know-how» до умов виробництва тощо;

- кадрові цілі: оптимальний рівень чисельності та структури персоналу; рівень кваліфікації персоналу; розвиток системи набору, добору, підвищення кваліфікації та перекваліфікації; рівень продуктивності праці тощо;

- організаційно-управлінські цілі: упровадження ефективних технологій управління; оптимізація часових характеристик для прийняття рішень; упровадження ефективних методів організації виробництва та управління тощо.

Однією з головних цілей діяльності підприємства є прибуток.

Прибуток — це частина заново створеної вартості й водночас показник результату фінансово-господарської діяльності підприємства. Узагальнюючими фінансовими показниками діяльності підприємства є валовий і чистий прибуток.

Валовий прибуток (збиток) розраховують як різницю між чистим доходом (виручкою) від реалізації продукції (послуг) і собівартістю реалізованої продукції.

Чистий дохід (виручку) від реалізації продукції визначають вирахуванням з доходу (виручки) від реалізації продукції відповідних податків, зборів, знижок тощо (податок на додану вартість, акцизний збір, інші збори або податки з обороту, інші вирахування з доходу — знижки, повернення продукції тощо).

Плануючи прибуток, ураховують внутрішні й зовнішні умови діяльності підприємства, тобто зміни макроекономічних чинників (зміна законодавства, структури попиту, інфляції і т. ін.).

Розрізняють пасивну й активну стадії складання плану прибутку. Розроблення плану прибутку з урахуванням коректив, що враховують зміни зовнішніх і внутрішніх умов, — це пасивна стадія планування.

Активна стадія полягає у визначенні найбільшої прибутковості підприємства з урахуванням зовнішніх і внутрішніх змін. Активна стадія дає змогу збільшити прибуток, визначений у процесі пасивної стадії розроблення плану, завдяки пошуку й мобілізації резервів підвищення продуктивності праці, зниження окремих витрат на виробництво та реалізацію продукції, збільшення обсягів продажу продукції, частки прибутку в ціні окремих виробів, якості яких перевищує якість аналогічної продукції конкурентів, і т. ін.

Прогнозування, планування отримання прибутку підприємствами необхідне для складання перспективних і поточних фінансових планів.

Існують такі методи планування операційного прибутку: прямий, за показниками витрат на 1 грн продукції, економічний (аналітичний) метод. У процесі планування також визначаються: валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності та чистий прибуток. Такими методами можна визначити плановий операційний прибуток. Потім обчислюють плановий прибуток від звичайної діяльності, при цьому враховують доходи й витрати від інвестиційної та фінансової діяльності.

Прибуток від звичайної діяльності, який отримає підприємство у плановому періоді, підлягає розподілу. У розподілі прибутку можна виокремити два етапи:

1) розподіл прибутку; на цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство, пропорції розподілу складаються під впливом таких чинників: об'єктів і ставок оподаткування, порядку надання податкових пільг;

2) розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету, тобто чистого прибутку; на цьому етапі можуть створюватися за рахунок прибутку цільові фонди: резервний, розвитку й удосконалення виробництва, соціальних потреб, заохочення; кошти цих фондів використовують для фінансування відповідних витрат.

Фінансовий результат, тобто прибуток (збиток), залежить від умов прибутковості, головними з яких є:

- ринкові ціни на продукцію й послуги підприємства, які складаються залежно від попиту й пропозицій;
- обсяг виробництва й реалізації продукції;
- витрати на виробництво продукції.

Аналіз «витрати — обсяг — прибуток» є досить універсальним методом фінансового планування. Він дає можливість:

- визначати обсяги виробництва й реалізації продукції з погляду їхньої беззбитковості;
- приймати рішення щодо цільових розмірів прибутку;
- визначати граничний обсяг виробництва продукції, подальше збільшення якого зменшує прибуток, тому що починається зниження граничного прибутку.

Суть методу — у знаходженні точки беззбитковості, яка означає мінімальний обсяг продажу продукції, починаючи з якого підприємство не має збитків. При цьому витрати підприємства дорівнюють його доходам, що можна показати формулою

$$O_{\text{пр}} \cdot Ц = C_{\text{пост}} + V \cdot O_{\text{пр}}, \quad (1.1)$$

де  $O_{\text{пр}}$  — обсяг продажу, шт.;

$Ц$  — оптова ціна продажу, грн;

$C_{\text{пост}}$  — величина постійних (фіксованих) витрат, грн;

$V$  — величина змінних витрат на одиницю продукції, грн.

$$O_{\text{кр}} = C_{\text{пост}} / (Ц - V), \quad (1.2)$$

де  $O_{\text{кр}}$  — точка беззбитковості, тобто такий обсяг продажу, починаючи з якого ціна продажу товару перевищує витрати на його виробництво й реалізацію.

Для визначення планової величини обсягу виробництва та продажу, що відповідає беззбитковому стану підприємства, необхідно знати три величини:

- оптову ціну продажу товару;
- обсяг постійних (фіксованих) витрат, тобто таких витрат, величина яких у короткому періоді часу не пов'язана з обсягом виробництва й реалізації та їхніми змінами;
- обсяг змінних витрат, тобто таких витрат, які змінюють свою величину у зв'язку зі зміною обсягу виробництва й реалізації продукції.

Графічно точку беззбитковості визначають у точці перетину ліній валового доходу й валових витрат (рис. 1.3).

Точку беззбитковості можна розрахувати і в грошових одиницях — гривнях:

$$O_{кр} = C_{пост} / (1 - V / Ц). \quad (1.3)$$

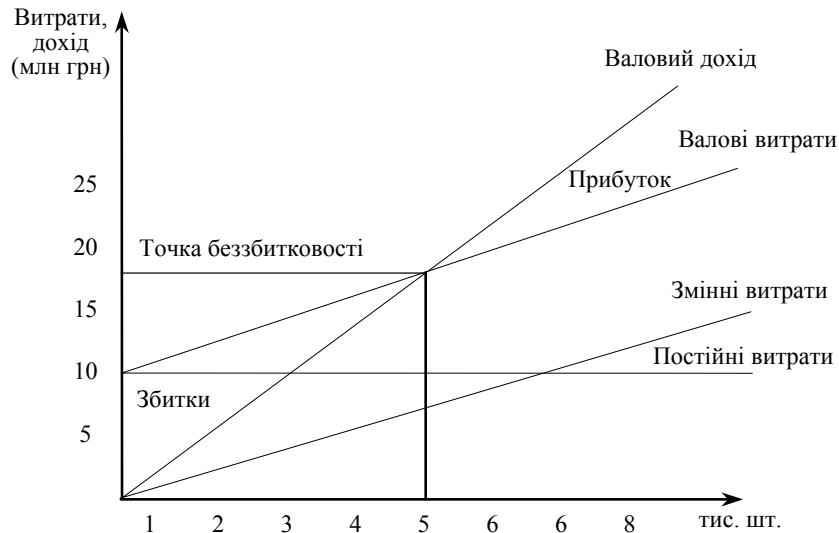


Рисунок 1.3 – Визначення точки беззбитковості підприємства

Логіку аналізу беззбитковості можна використати і для визначення обсягу виробництва та реалізації продукції, необхідного для отримання цільової величини прибутку. Вплив зміни виручки від реалізації продукції на зміну прибутку розраховують за формулою:

$$\Delta \text{Пр} = \Delta \text{РП} \frac{M}{\text{Пр}}, \quad (1.4)$$

де  $\Delta \text{Пр}$  — зміна (збільшення, зниження) прибутку;

$\Delta \text{РП}$  — зміна (збільшення, зниження) виручки від реалізації продукції;

$M$  — маржинальний прибуток (різниця між виручкою від продажу та змінних витрат на обсяг продукції), тис. грн.

Використовуючи маржинальний прибуток, можна обчислити показник «запас надійності», який розраховують за такою формулою:

$$З_n = \frac{M - C_{пост}}{M}. \quad (1.5)$$

Коефіцієнт «запасу надійності» ( $З_n$ ) кореспондується з показником «коефіцієнт беззбитковості» ( $K_6$ ), який визначають так:

$$K_6 = \frac{C_{пост}}{M}. \quad (1.6)$$

Якщо  $K_6 = 1$  — підприємство беззбиткове,  $З_n = 0$ ;  $K_6 > 1$  — підприємство збиткове,  $З_n < 0$ ;  $K_6 < 1$  — підприємство прибуткове,  $З_n > 0$ .

Граничний обсяг нарощування виробництва продукції необхідно визначати для того, щоб запобігти збільшенню витрат та зменшенню прибутку на кожну додаткову одиницю продукції, що виробляється, і, як наслідок, зменшенню валового прибутку від реалізації більшого обсягу продукції. Це відбувається тоді, коли різниця між граничним доходом (MR) та граничними витратами (MC) дорівнює нулю.  $MR - MC = 0$ . Нарощування обсягу виробництва продукції ефективне до О граничного. Далі збільшувати



виробництво продукції підприємству не вигідно, тому що зменшується валовий прибуток.

## **Розділ 2 Економічні основи виробничої діяльності підприємства**

### ***Тема 1.3 Економічна характеристика продукції підприємства***

1. Загальна характеристика, систематизація та методи вимірювання продукції (робіт, послуг), що виробляє та реалізує підприємство.
2. Товарна політика підприємства і механізм здійснення.

#### ***1. Загальна характеристика, систематизація та методи вимірювання продукції (робіт, послуг), що виробляє та реалізує підприємство***

Стратегія та цілі підприємства, заплановані на конкретний період, є основою розроблення стратегічного плану, в якому визначається стратегічне становище підприємства на основі аналізу конкурентного зовнішнього середовища та внутрішніх особливостей підприємства. Найскладніший напрям діяльності підприємства — виробнича діяльність, її організація, планування й оперативне регулювання в просторі та часі.

У процесі планування діяльності підприємств найважливішим є розробка виробничої програми, тобто обґрунтування обсягу виготовлення продукції, конкретної номенклатури й асортименту відповідно до потреб ринку.

Планування виробництва продукції на підприємствах — це процес розробки та виконання основних показників з обсягів виробництва. Номенклатуру, асортимент і кількісні показники продукції визначають виходячи з потреб ринку, на підставі яких складають план збуту продукції.

У поточному плані виробництва програма також є головним розділом, на основі якого проводять планування багатьох розділів, в яких розраховують потреби в матеріально-технічних, трудових, енергетичних ресурсах, собівартість, прибуток та інші фінансові показники.

Підприємства мають завдання щодо обсягу виробництва продукції (послуг) визначеної номенклатури та асортименту, а також належної якості на певний календарний період. (місяць, квартал, рік, кілька років).

Номенклатура продукції — це перелік найменувань виробів, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва продукції.

Асортимент — це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за відповідними техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо).

Продукція, яка виготовляється на підприємствах, відтворюється в натуральній і вартісній формах.

Вартісними показниками виробничої програми є обсяг товарної, валової, реалізованої, чистої, вартість роботи або послуги.

Товарна продукція – готова продукція, послуги, ремонтні роботи, капітальний ремонт свого підприємства, напівфабрикати і запчастини на сторону, капітальне будівництво для непромислових господарств свого підприємства, роботи, пов'язані з освоєнням нової техніки, тара, що не входить в ціну виробу.

Товарна продукція підприємства охоплює:

- готові вироби;
- запасні частини для продажу;
- напівфабрикати виробництва підприємства;
- частину продукції допоміжних підрозділів, яка реалізується іншим споживачам;
- інші роботи й послуги виробничого характеру.

Товарну продукцію планують у діючих і незмінних цінах. Обсяг товарної продукції (ТП) визначають за формулою:

$$ТП = \sum N_i * Ц_i + P, \quad (2.4)$$

де  $N_i$  – випуск продукції  $i$ -го виду в натуральних одиницях;

$Ц_i$  – ціна підприємства на одиницю виробу  $i$ -го виду;

$n$  – кількість видів продукції, що виготовляються на підприємстві;

$P$  – вартість робіт і послуг на сторону.

Валова продукція – вся продукція у вартісному виразі, незалежно від ступеня її готовності.

Валова продукція охоплює товарну продукцію, зміну залишків незавершеного виробництва протягом розрахункового періоду, вартість сировини й матеріалів замовника та деякі інші елементи залежно від галузевих особливостей виробничої діяльності підприємства. Валова продукція визначається за формулою:

$$ВП = ТП - (НЗВ_{\text{п}} - НЗВ_{\text{к}}) - (I_{\text{п}} - I_{\text{к}}), \quad (2.5)$$

де  $НЗВ_{\text{п}}$ ,  $НЗВ_{\text{к}}$  – вартість залишків незавершеного виробництва

відповідно на початок і кінець планового періоду;

$I_{\text{п}}$ ,  $I_{\text{к}}$  – вартість інструменту для власних потреб відповідно на початок і кінець планового періоду.

Реалізована продукція – це продукція, за яку надійшли кошти на розрахунковий рахунок підприємства або мають надійти у зазначений термін.

Реалізована продукція обчислюється за формулою:

$$РП = ТП + (Г_{\text{п}} - Г_{\text{к}}) + (В_{\text{нп}} - В_{\text{нк}}), \quad (2.6)$$

де  $Г_{\text{п}}$ ,  $Г_{\text{к}}$  – залишки нереалізованої продукції відповідно на початок і кінець планового року;

$В_{\text{нп}}$ ,  $В_{\text{нк}}$  – залишки продукції, за яку термін оплати не настав і продукція на відповідальному зберіганні у покупців відповідно на початок і на кінець планового року.

Чиста продукція – вартість товарної продукції, з якої виключено матеріальні витрати і сума амортизаційних відрахувань.

Чиста продукція відповідно розраховується за формулою:

$$\text{ЧП} = \text{ТП} - (\text{М} + \text{А}) \quad (2.7)$$

де М – матеріальні витрати на виробництво продукції;

А – сума амортизаційних відрахувань за відповідний період.

Чиста продукція підприємства може бути також обчислена як сума основної і додаткової заробітної плати працівників підприємства і прибутку.

Кожна галузь міського господарства має свій перелік показників виробничої програми. Крім того, виробнича програма обчислюється на рік, за кварталами (з відображенням сезонної нерівномірності споживання послуг) і на короткі періоди часу – місяць, декада, для окремих виробничих підрозділів.

## ***2. Товарна політика підприємства і механізм здійснення***

Товар — це все, що призначене для задоволення певної потреби і пропонуване на ринку для продажу. Товаром можуть бути матеріальні об'єкти, послуги, місця, організації та ідеї.

Розглядаючи товар як комплексне поняття, можна сприймати його на трьох рівнях:

- товар за задумом,
- товар у реальному виконанні,
- товар із підкріпленням.

Перший рівень відображає ту потребу, яку товар задовольняє, ту вигоду, що її отримає споживач при його використанні.

На другому рівні товар сприймається як реально створений виріб, із конкретними властивостями й характеристиками.

Позиції товару на ринку можуть бути суттєво підкріплені додатковими послугами і вигодами — це відображає третій рівень товару.

Традиційно товари поділяють на дві великі групи:

- споживчі товари, або товари широкого вжитку (ТШВ);
- товари промислового призначення (ТПП).

У свою чергу, товари кожної з цих груп також класифікують за різними характеристиками:

- Товари повсякденною попиту — це товари, які купують часто, без особливих роздумів та з мінімальними зусиллями щодо порівняння їх між собою. Це, зокрема, хліб, мило, цукерки, сигарета тощо.

- Товари попереднього вибору — це товари, які покупець ретельно вибирає, порівнює між собою за показниками якості, ціни, зовнішнього оформлення тощо. До них належать, зокрема, одяг, взуття, посуд.

- Товари особливого попиту — престижні дорогі товари, до придбання яких покупці ладні докласти додаткових зусиль. Такими вважають автомобілі, відеоапаратуру, предмети антикваріату.

- Товари пасивного попиту — це товари, про які покупець нічого не знає, а якщо щось і знає, то, як звичайно, не думає про їх придбання. Це, приміром, страхові послуги, для реалізації яких потрібні значні зусилля з боку продавців.

Принципові товарні новинки, такі, якими свого часу були мікрохвильові печі, перебувають у стані пасивного попиту доти, доки інтенсивна реклама не познайомить споживачів із вигодами їх використання.

На промисловому ринку товари класифікують на підставі того, яку участь вони беруть у виробничому процесі, якою є тривалість їх використання і відносна вартість: капітальне майно (будівлі і споруди, основне обладнання, допоміжне обладнання), сировина і матеріали (природна і сільськогосподарська сировина, основні матеріали, допоміжні матеріали), ділові послуги (послуги з технічного обслуговування і ремонту, послуги консультативного характеру).

Специфіку кожної класифікаційної групи треба враховувати при визначенні стратегії і тактики маркетингу.

Важливу роль у діяльності підприємства відіграють проблеми формування асортименту товарів. Товарний асортимент — це сукупність асортиментних груп товарів, що їх пропонує підприємство. Асортиментна група — сукупність асортиментних позицій товарів даного функціонального призначення.

Товарний асортимент характеризується:

- шириною, яку визначає кількість запропонованих асортиментних груп;
- глибиною, яка відображає кількість позицій у кожній асортиментній групі;
- насиченістю, яка визначається загальною кількістю запропонованих товарів;
- зіставленістю, яка відображає, наскільки тісно пов'язані між собою окремі асортиментні групи з огляду на кінцеве споживання, канали розподілу, діапазон цін тощо.

При формуванні асортиментної політики треба враховувати багато факторів, зокрема: темпи науково-технічного прогресу, зміни у структурі ринкового попиту, фінансові можливості підприємства, виробничі і маркетингові „ноу-хау", зміни в асортиментній політиці конкурентів.

Формуючи товарну політику, підприємство неодмінно повинно працювати над оновленням асортименту й виведенням на ринок нових товарів.

#### ***Тема 1.4 Виробнича програма підприємства***

1. Поняття виробничої програми підприємства
2. Методи розробки виробничої програми

##### ***1. Поняття виробничої програми підприємства***

Планування виробництва продукції (товарів, послуг) пов'язане із загальною стратегією підприємства, ґрунтується на його маркетингових

дослідженнях, планах обсягів продажу та повинно бути спрямоване на задоволення конкретних потреб споживачів.

Виробнича програма - це основний план підприємства, що визначає необхідний обсяг виробництва (обсяг товарообігу) продукції, її номенклатуру та асортимент в плановому періоді (місяць, квартал, рік, кілька років) згідно вимог плану продажу.

Номенклатура продукції – це перелік найменувань виробів, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва продукції.

Асортимент – це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за відповідними техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо).

Продукція, яка виготовляється на підприємствах, відтворюється в натуральній і вартісній формах.

Натуральними показниками виробничої програми є обсяг продукції (послуг) в натуральних одиницях по номенклатурі і асортименту.

Натуральними показниками є

- фізичні
- умовно-натуральні
- нормативно-трудові

Умовно-натуральним вимірниками застосовуються в деяких галузях комунального господарства. Пральні – виробнича програма визначається не тільки загальною вагою сухої білизни, а і в приведених тобто умовних тонах, що враховують різні витрати праці на обробку масової та індивідуальної білизни. Для обчислення в умовно-натуральних одиницях використовують відповідні коефіцієнти приведення.

Нормативно-трудові вимірники застосовують у комунальному господарстві для визначення обсягу виробничо-експлуатаційної роботи у нормативних людино-годинах.

Нормативно-трудові показники застосовують у тих випадках, коли перелік робіт, що виконуються, великий, а самі види робіт, як правило, неодноразово повторюються за розрахунковий період на одних і тих же територіях.

Вартісними показниками виробничої програми є обсяг товарної, валової, реалізованої, чистої, вартість роботи або послуги.

Кожна галузь економіки має свій перелік показників виробничої програми. Крім того, виробнича програма обчислюється на рік, за кварталами (з відображенням сезонної нерівномірності споживання послуг) і на короткі періоди часу – місяць, декада, для окремих виробничих підрозділів.

## ***2. Методи розробки виробничої програми***

Плануючи виробничу програму, використовують як теоретичні положення, так і практичні матеріали, що їх наведено нижче:

- стратегічний і перспективний плани виробництва продукції та послуг;

- прогноз потреби в продукції підприємства, який складається на основі досліджень змін ринкових елементів у часі, тобто попиту, пропозиції, цін, кількості конкурентів тощо;
- державний контракт і державне замовлення на продукцію підприємства;
- результати вивчення поточного попиту на продукцію;
- договори на виробництво й поставку продукції, які укладають у результаті вільного продажу виробів на оптових ярмарках;
- заходи щодо спеціалізації та кооперування виробництва;
- заходи щодо збільшення виробничих потужностей підприємства;
- дані про залишки нереалізованої продукції в попередньому періоді.

Виробнича програма (план виробництва продукції) є визначальним розділом господарської діяльності та розвитку підприємства.

Особливості розроблення виробничої програми як етапу стратегічного та довгострокового планів виходять із того, що стратегічний і довгостроковий плани спрямовані на досягнення якісно нових цілей, пов'язаних з докорінними змінами стану підприємства, як з погляду видів та якості продукції, так і з точки зору технічних і технологічних змін процесу виробництва.

Виробничу програму розробляють на основі прогнозів потреби в певній продукції, при цьому накреслюють стратегію збільшення виробництва окремої продукції, з урахуванням змін її техніко-економічних показників, технології процесу виробництва й попиту на неї.

Складаючи стратегічний і довгостроковий плани виробництва продукції, використовують прогнози, які можуть бути розраховані різними методами, у тому числі і складанням сценаріїв та ситуацій, можливих у певний період довгострокового плану.

Розроблена виробнича програма таких планів є основою для подальших розрахунків програми дій, необхідних для досягнення поставлених цілей, визначення вартісної оцінки програми, розподілу матеріальних, трудових і фінансових ресурсів тощо. У процесі виконання довгострокової програми план виробництва тієї чи іншої продукції може збільшуватись або зменшуватись, тимчасом як виробнича програма поточного плану на рік, квартал, місяць не змінюється, а якщо й бувають зміни кількості окремих виробів під впливом попиту, то вони незначні.

Виробнича програма має формуватися з урахуванням ресурсів підприємства. Оптимальною виробничою програмою є така, що відповідає структурі ресурсів підприємства та забезпечує найкращі результати його діяльності за прийнятим критерієм.

Виробничу програму підприємства можна розраховувати двома методами:

- балансовим
- оптимізаційним

Балансовий метод передбачає узгодження розрахунків споживання і виробничих можливостей підприємства.

Алгоритм складання виробничої програми наступний:

1. визначається величина попиту на продукцію (для комунальних підприємств – за допомогою норм і нормативів споживання комунальної продукції)

2. оцінюється виробнича можливість реалізації продукції з урахуванням існуючої виробничої потужності, руху основних фондів, покращення якості обслуговування тощо;

3. порівнюються дві отримані розрахункові величини і встановлюється кінцева величина виробничої програми.

Оптимізаційний метод передбачає розрахунок обсягу виробництва, якому відповідає отримання найбільш можливого прибутку.

Використання цього методу вимагає врахування ряду припущень:

- метою діяльності підприємства є максимізація прибутку;
- підприємство виробляє і реалізує один вид продукції;
- оптимізації підлягають тільки ціна та обсяг продукції;
- обсяг виробництва дорівнює обсягу реалізації.

Оптимізація виробничої програми провадиться з метою:

- планування оптимальної структури номенклатурних позицій, тобто більш економічно вигідного формування виробничої програми: скільки та яких виробів треба виготовити в плановому періоді за раціонального й повного використання виробничих потужностей, трудових і матеріальних ресурсів;

- визначення максимально можливого обсягу продукції та економічної межі нарощування її виробництва, при цьому враховують закон спадної продуктивності ресурсу.

### ***Тема 1.5 Виробнича потужність підприємства***

1. Поняття виробничої потужності підприємства

2. Методи та принципи розрахунку виробничої потужності підприємства

#### ***1. Поняття виробничої потужності підприємства***

Виробнича потужність – максимально можливий річний обсяг випуску продукції (надання послуг, виконання робіт), визначеної номенклатури, асортименту та якості за умови найбільш повного використання прогресивної технології та організації виробництва.

Виробничу потужність підприємства визначають за всією номенклатурою профільної продукції. При цьому проводять можливе звуження номенклатури, об'єднуючи окремі вироби в групи за конструктивно-технологічною єдністю з визначенням для кожної з них базового представника. Решту виробів даної групи приводять до характеристик цього представника за допомогою розрахункового коефіцієнта трудомісткості. Якщо підприємство випускає кілька видів різної продукції, то виробнича потужність визначається окремо для кожного виду виробів.

Одиниці виміру виробничої потужності підприємств застосовують різні залежно від характеру виробництва та галузевої підпорядкованості. Виробнича потужність визначається в тих самих одиницях виміру, в яких планується та здійснюється облік продукції, що виготовляється (послуг, що надаються).

В основному виробничу потужність вимірюють в натуральних або умовно натуральних вимірниках за видами продукції (послуг).

Виокремлює три види потужності підприємства:

1. проектна
2. поточна (фактично досягнута)
3. резервна.

Проектна виробнича потужність – це потужність підприємства, яка визначається в процесі проектування, реконструкції (розширення) діючого або будівництва нового підприємства.

Поточна (фактично досягнута) виробнича потужність - це потужність підприємства, яка визначається періодично у зв'язку зі зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості продукції) або перевищенням проектних показників.

Резервна виробнича потужність - це виробнича потужність, що формується на підприємстві для забезпечення продукцією комунальних підприємств у часи пікового попиту, надійного забезпечення енергоресурсами споживачів на період виконання аварійних робіт.

Виробнича потужність підприємства встановлюється на основі потужності провідних підрозділів основного виробництва з урахуванням заходів для ліквідації вузьких місць.

За наявності кількох провідних підрозділів підприємства його виробнича потужність обчислюється за тими з них, які виконують найбільш трудомісткий обсяг робіт.

Величина виробничої потужності підприємства формується під впливом:

- номенклатури,
- асортименту,
- якості продукції, що виготовляється,
- кількості встановленого устаткування,
- розміру і складу виробничих площ,
- можливого фонду часу роботи устаткування та використання площ

протягом року,

- прогресивних техніко-економічних норм продуктивності й використання устаткування, зняття продукції з виробничих площ,

- нормативів тривалості виробничого циклу та трудомісткості продукції, що виробляється (послуг, що надаються).

На підприємстві обчислюють:

- вхідну (на початок року) виробничу потужність,
- вихідну (на кінець року) виробничу потужність,
- середньорічну потужність підприємства.



Виробничу потужність підприємства обчислюють за відповідними галузевими основними положеннями, що відображають особливості конкретних галузей. Проте існують спільні для більшості галузей економіки методичні принципи розрахунку виробничих потужностей діючих підприємств.

Виробнича потужність підприємства розраховується за формулами:

- виробнича потужність підприємства на початок року ( $ВП_{п.р.}$ )

$$ВП_{п.р.} = ВП_{к.п.р.} \quad (2.1)$$

де  $ВП_{к.п.р.}$  – виробнича потужність на кінець попереднього року.

- виробнича потужність підприємства на кінець року ( $ВП_{к.р.}$ )

$$ВП_{к.р.} = ВП_{п.р.} + ВП_{н.} - ВП_{в.}, \quad (2.2)$$

де  $ВП_{п.р.}$  – виробнича потужність підприємства на початок року;

$ВП_{н.}$  – виробнича потужність підприємства, що надійшла за рік;

$ВП_{в.}$  – виробнича потужність підприємства, що вибула за рік.

- середньорічна виробнича потужність підприємства ( $ВП_{ср.}$ )

$$ВП_{ср.} = ВП_{п.р.} + \Sigma ВП_{н.} * N/12 - \Sigma ВП_{в.} * (12-N) / 12 \quad (2.3)$$

де  $N$  – кількість місяців функціонування виробничої потужності на рік.

## ***2. . Методи та принципи розрахунку виробничої потужності підприємства***

Виробнича потужності підприємства обчислюється за відповідними галузевими основними положеннями, що відображають особливості конкретних галузей. Але існують загальні методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства:

- виробнича потужність підприємства визначається за всією номенклатурою продукції або за асортиментом послуг;
- виробнича потужність підприємства встановлюється, виходячи з потужності провідних підрозділів;
- виробничу потужність підприємства треба обчислювати за технічними або проектними нормами продуктивності устаткування при максимально можливому річному фонді часу;
- визначення виробничої потужності підприємства завершується складанням балансу, що відбиває зміни її величини протягом розрахункового періоду і характеризує вихідну потужність.

Виробничу потужність підприємства треба обчислювати за технічними або проектними нормами продуктивності устаткування, використання виробничих площ і трудомісткості виробів, нормами виходу продукції з урахуванням застосування прогресивної технології та досконалої організації виробництва.

У розрахунки виробничої потужності підприємства включають:

- чинне і нечинне внаслідок несправності, ремонту та модернізації устаткування основних виробничих цехів;

- устаткування, що перебуває на складі і має бути введено в експлуатацію в основних цехах протягом розрахункового періоду;
- понаднормативне резервне устаткування;
- понаднормативне устаткування допоміжних цехів, якщо воно аналогічне технологічному устаткуванню основних цехів.

Для розрахунків виробничої потужності підприємства береться максимально можливий річний фонд часу (кількість годин) роботи устаткування. На підприємствах з безперервним процесом виробництва таким максимально можливим фондом часу роботи устаткування є календарний фонд за мінусом часу, необхідного для проведення ремонтів і технологічних зупинок устаткування.

Визначення виробничої потужності підприємства завершується складанням балансу, що відбиває зміни її величини протягом розрахункового періоду і характеризує вихідну потужність.

Використання виробничої потужності. У практиці господарювання рівень використання виробничої потужності діючого підприємства визначається двома показниками:

- коефіцієнтом освоєння проектної потужності (співвідношення величин поточної і проектної потужності);
- коефіцієнтом використання поточної потужності (співвідношенням річного випуску продукції та середньорічної її величини).

Для докорінного поліпшення рівня використання наявних потужностей для переважної більшості підприємств потрібно якомога швидше стабілізувати й поступово нарощувати обсяги виробництва конкурентоспроможної продукції та послуг.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2**

### **РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

#### **Розділ 3 Ресурсне забезпечення діяльності підприємства**

##### ***Тема 2.1 Ресурсний потенціал підприємства***

1. Поняття та види економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємства
2. Ефективність використання ресурсного потенціалу

##### ***1. Поняття та види економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємства***

Поняття "фактор виробництва" походить від латинського "factor" , але земля і засоби виробництва самі не мають фізичної продуктивності. Продуктуючою силою є лише праця, в тому числі підприємницька, тому землю,

засоби виробництва, науку, інформацію та інші речові (матеріальні) фактори доцільно називати ресурсами.

Ресурси від франц. *ressource* - цінність, запас, джерело засобів.

З урахуванням особливостей фактора, що об'єднує працю і підприємницьку діяльність, які перебувають у статиці (тобто робоча сила, яка не функціонує), останні можна віднести до поняття "факторів виробництва".

Економічні ресурси - всі речові чинники виробництва, які використовують для виготовлення товарів і послуг.

В природі є обмеженість людських ресурсів і засобів виробництва, що зумовлена сутністю (природою) економічної системи. Це свідчить також про значну недосконалість визначення економічної теорії як науки, що вивчає спосіб використання обмежених ресурсів.

Обмеженість із значною умовністю стосується безмежних потреб людини. У цьому разі вживається поняття "відносна обмеженість ресурсів". або рідкість. Водночас справді обмежені лише окремі види природних ресурсів (нафта, газ та ін.). Така обмеженість є абсолютною.

Для вивчення економічних ресурсів вживають різні критерії кваліфікації:

- особистісний фактор
- речовий фактор
- відтворювані фактори
- невідтворювані фактори

До відтворюваних належать ті, що створюються і відновлюються природою (грунт, водні басейни тощо) та суспільством (засоби виробництва, наука, інформація), до невідтворюваних - корисні копалини, які використовуються як сировина. Водночас існують фактори, які спільно відновлюються у процесі взаємодії людини з природою (наприклад, трудові ресурси).

Ще одним варіантом класифікації ресурсів є їх поділ на:

- природні ресурси,
- трудові ресурси,
- інвестиційні (грошові) ресурси,
- наукові ресурси,
- інформаційні ресурси.

З урахуванням такого поділу обмеженість, наприклад інвестиційних ресурсів, також є умовною. Якщо інвестиційні ресурси вкладають в економіку іншої країни з метою отримання максимальних прибутків або завоювання ринків збуту тощо, вони перетворюються на грошовий капітал, а цей процес називається вивезенням (експортом) капіталу.

Кожний з названих ресурсів можна уявити у вигляді ресурсного ринку, який складається із декількох конкретніших ринків. На рівні підприємства визначається ресурсний потенціал підприємства.

Ресурсний потенціал це:

- одна з характеристик суспільного виробництва, а саме сукупність не тільки потенційних можливостей, й спроможність підприємства здійснювати

процеси виробництва, розподілу, відтворення товарів та послуг;

- сукупність первинних ресурсів та методів їх об'єднання для утворення нових видів ресурсів або більшої вартості;

- сукупність накопичених ресурсів господарюючого суб'єкта, що характеризують можливість системи щодо здійснення цілеспрямованої діяльності з урахуванням впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Ресурсний потенціал підприємства — це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, включаючи здатність робітників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства.

Економічні можливості підприємства не можуть визначатися тільки наявністю перелічених ресурсів, на підприємстві обов'язково мають бути кадри робітників, які здатні привести до дії ресурси, забезпечити їх ефективне використання.

Ресурсний потенціал підприємства характеризується чотирма основними критеріями:

- реальними можливостями підприємства в той чи іншій сфері діяльності (включаючи і нереалізовані можливості);

- обсягом ресурсів як залучених, так і тільки підготовлених до використання у виробництві;

- здатністю кадрів (менеджерів) використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;

- формою підприємництва та відповідною організаційною структурою підприємництва.

Таблиця 3.1 – Склад ресурсного потенціалу

Види ресурсів	Характеристика видів ресурсів
Матеріальні ресурси	Ресурси в натурально-речовинній формі, які використовуються у виробничій (господарчій) діяльності підприємства. До їх складу входять основні фонди та частка обіжних фондів
Основні фонди	Матеріально-речовинні цінності підприємства, які використовуються або призначені як засоби праці
Нематеріальні ресурси	Об'єкти промислової та інтелектуальної власності, здатні приносити користь тривалий час: гудвил, ноу-хау, база знань, база даних, патент, винахід та ін.
Трудові ресурси	Кількість робітників, зайнятих на підприємстві, та тих, хто входить до його складу за основною та допоміжною діяльністю.
Фінансові ресурси	Сукупність грошових прибутків та надходжень, які знаходяться в розпорядженні підприємства для виконання фінансових обов'язків, здійснення витрат на відтворення підприємства та для стимулювання робітників

За класичною економічною теорією засобами праці є "річ або комплекс речей", які людина поміщає між собою та предметом праці для впливу на предмет праці та створювання умов для виробничої діяльності.

До основних фондів відносять будівлі, технічні споруди, обладнання, транспортні засоби та ін.

Не всі матеріальні цінності відносяться до основних фондів, а тільки ті, термін служби яких більше 1 року й вартість в Україні більше 1000 грн. за одиницю. Інші відрізняючі ознаки: основні фонди фізично зношуються, морально старіють, втрачаючи свою споживацьку вартість у зв'язку з появою нових, більш досконаліх, або меншої вартості видів обладнання, машин та ін.

Особливий характер поповнення зносу, а саме — через механізм регулярної амортизації та віднесення суми амортизаційних відрахувань на поточні витрати підприємства та включення їх в собівартість продукції (робіт, послуг).

Частина оборотних фондів входить до складу матеріальних ресурсів. Це є малоцінні та швидкопсувні предмети, пакувальний матеріал, паливо, електроенергія, технологічні та ін.

Фінансові ресурси як вихідний вид ресурсів для створення та діяльності підприємства, забезпечують процес виробництва, є неодмінною умовою безупинності процесу виробництва.

В теперішній час, маючи достатню наявність на підприємстві основних фондів та кадрів, підприємства іноді не здатні працювати, тому що не мають необхідної суми готівкових грошових коштів (фінансових ресурсів).

## ***2. Ефективність використання ресурсного потенціалу***

Загальним для всіх видів ресурсів є питання про ефективність їх використання. Встановлено певного методичного підходу в оцінці ефективності використання ресурсів.

Головне полягає в тому, що для оцінки ефективності того чи іншого виду ресурсів корисний результат діяльності підприємства порівнюється з витратами на отримання цього корисного результату.

Корисний результат від діяльності підприємства та одночасно від використання ресурсів називають ефектом. Основними двома показниками господарчої діяльності, які називають ефектом, є: перший — обсяг виручки від реалізації (товарообіг), другий — прибуток (доход).

Порівняння цих показників із розміром ресурсів, які використовуються, дає показник ефективності використання ресурсів.

Таким чином, ефект — це корисний результат діяльності підприємства.

Якщо йдеться про матеріальні ресурси, то витрати — це середня вартість матеріальних витрат за період, який досліджується; якщо йдеться про трудові ресурси, то витрати — це фонд оплати праці та ін.

Види ефекту:

- економічний ефект

- соціальний ефект.

Показниками економічного ефекту підприємства можуть бути товарообіг, валовий доход, прибуток, прискорення оборотності обіжних коштів.

Соціальний ефект підприємства — це ті результати діяльності, які безпосередньо забезпечують формування необхідного стилю (способу) життя.

Для визначення ефективності економічних ресурсів використовують поняття «економічна ефективність».

Економічна ефективність становить собою порівняння економічного ефекту з витратами на його отримання. При цьому можуть бути використаними два види показників:

1. Прямий показник економічної ефективності – співвідношення результату діяльності та витрат
2. Зворотній показник економічної ефективності – співвідношення витрат та результату діяльності

Прямі показники характеризують величину економічного ефекту, отриманого на одиницю витрат, тобто віддачу витрат (фондовіддача, ресурсовіддача та ін.).

Другий вид показників відображає величину витрат, необхідних для отримання одиниці економічного ефекту, тобто витратомісткість (фондомісткість товарообігу, фондомісткість продукції, що виробляється, ресурсомісткість та ін.)

Показники ефективності використання ресурсного потенціалу в цілому та його окремих складових частин широко використовуються для оцінки ефективності функціонування будь-якого підприємства, ефективності його господарчої діяльності, ефективності комерційної діяльності та ін.

Показниками ефективності використання ресурсів підприємства також виступають:

- ресурсовіддача усіх ресурсів,
- ресурсовіддача господарчих ресурсів,
- рентабельність усіх ресурсів.

Ресурсовіддача всіх видів ресурсів ( $P_{вр}$ ) розраховується за формулою:

$$P_{вр} = Д / (ОФ_{ср} + ОбК_{ср} + ФОП), \quad (3.1)$$

де  $Д$  – доход підприємства;

$ОФ_{ср}$  – середньорічна вартість основних фондів;

$ОбК_{ср}$  – середня величина оборотних коштів за рік;

$ФОП$  – фонд оплати праці.

Ресурсовіддача господарчих ресурсів ( $P_{вг}$ ) розраховується за формулою:

$$P_{вг} = Д / (ОФ_{ср} + ОбК_{ср}), \quad (3.2)$$

Рентабельність усіх ресурсів ( $P_p$ ) розраховується за формулою:

$$P_p = П / (ОФ_{ср} + ОбК_{ср} + ФОП), \quad (3.3)$$

де  $П$  – прибуток підприємства.

Важливу роль на підприємстві відіграє суттєва частина ресурсного потенціалу – трудовий потенціал. На відміну від трудових ресурсів трудовий потенціал – це конкретні працівники, ступінь можливого використання яких у виробництві залежить від якості управління.

У загальній структурі трудового потенціалу підприємства залежно від критерію аналізу можна виокремити його видові прояви.

Таблиця 3.2 – Види трудового потенціалу

Ознаки	Види
За рівнем агрегованості оцінок	<p>1. Трудовий потенціал працівника – це індивідуальні інтелектуальні, психологічні, фізіологічні, освітньо-кваліфікаційні та інші можливості особистості, які використовуються чи можуть бути використані для трудової діяльності.</p> <p>2. Груповий (бригадний) трудовий потенціал крім трудового потенціалу окремих працівників включає додаткові можливості їх колективної діяльності на основі сумісності психофізіологічних і кваліфікаційно-професійних особливостей колективу.</p> <p>3. Трудовий потенціал підприємства (організації) – це сукупні можливості працівників підприємства активно чи пасивно брати участь у виробничому процесі в рамках конкретної організаційної структури виходячи з матеріально-технічних, технологічних та інших параметрів.</p>
За спектром охоплення можливостей	<p>1. Індивідуальний трудовий потенціал враховує індивідуальні можливості працівника.</p> <p>2. Колективний (груповий) трудовий потенціал враховує не тільки індивідуальні можливості членів колективу, а й можливості їхньої співпраці для досягнення суспільних цільових орієнтирів.</p>
За характером участі у виробничо-господарському процесі	<p>1. Потенціал технологічного персоналу – це сукупні можливості працівників підприємства, задіяних у профільному та суміжних виробничо-господарських процесах для виробництва продукції (роботи, послуг) встановленої якості та визначеної кількості, а також працівників, виконуючих технічні функції апарату управління.</p> <p>2. Управлінський потенціал – це можливості окремих категорій персоналу підприємства щодо ефективної організації та управління виробничо-комерційними процесами підприємства (організації).</p>
За місцем у соціально-економічній системі підприємства:	<p>1. Структуро-формуєчий трудовий потенціал – це можливості частини працівників підприємства щодо раціональної та високоефективної організації виробничих процесів і побудови найбільш гнучкої, чіткої, простої структури організації.</p> <p>2. Підприємницький трудовий потенціал — це наявність та розвиток підприємницьких здібностей певної частини працівників як передумови для досягнення економічного успіху за рахунок формування ініціативної й інноваційної моделі діяльності.</p> <p>3. Продуктивний трудовий потенціал – це можливості працівника підприємства генерувати економічні й неекономічні результати виходячи з існуючих умов діяльності у рамках певної організації.</p>

Процес перетворення трудових ресурсів організації в робочу силу складається з таких стадій:

1) трудові ресурси існують у вигляді потенційної робочої сили (деякої безлічі працездатних працівників, що володіють сукупністю фізичних і духовних здібностей), що поза трудовим процесом, тобто поза предметами і знаряддями праці не виявляється.

2) трудові ресурси займають робочі місця. Починається процес витрати фізичних і розумових здібностей, і трудові ресурси стають робочою силою,

3) робоча сила, витрачаючись у часі і реалізуючись у трудовому процесі, створює споживні вартості.

З моменту припинення трудової діяльності через вивільнення робоча сила знову стає трудовими ресурсами підприємства (якщо залишається на ньому) чи регіону (вивільняючись з нього).

Відмінність поняття «трудовий потенціал» від понять «робоча сила» і «трудові ресурси» полягає в тому, що трудовий потенціал - це персоніфікована робоча сила, розглянута в сукупності своїх якісних характеристик.

Традиційно використовують чотири типи одиниць виміру розміру трудового потенціалу підприємства :

- часові,
- натуральні,
- вартісні,
- умовні.

Часові одиниці виміру базуються на використанні часових проміжків для характеристики рівня трудового потенціалу працівника чи підприємства. Часова оцінка трудового потенціалу працівника може свідчити, скільки часу йому потрібно на виконання звичайних професійних обов'язків (функцій) та вирішення екстраординарних завдань у рамках конкретної організації виходячи з наявних умов.

Натуральні одиниці виміру (кількість виробів, обсяг виконаних робіт, чисельність обслужених клієнтів тощо) визначають трудовий потенціал на основі кількості генерованих і передбачуваних матеріальних економічних благ. Як приклад можна навести кількість виробів, які може виготовити працівник на своєму робочому місці (враховуючи його можливий професійний розвиток).

Вартісний вимір трудового потенціалу дає змогу інтегрувати на цій основі всі фінансові витрати та результати від діяльності підприємства (організації), але разом з цим передбачає врахування спектра обмежень. Найбільшими проблемами під час використання вартісних оцінок трудового потенціалу є уникнення зміни вартості грошей у часі, а також адекватний вираз вартості не фінансових складових.

Умовні одиниці виміру трудового потенціалу по своїй суті відображають суб'єктивні судження щодо природи та чинників, що визначають розмір трудового потенціалу. До них відносять різноманітні синтетичні коефіцієнти, рейтинги, бальні оцінки тощо.



## ***Тема 2.2 Трудові ресурси підприємства***

1. Поняття персонал та трудові ресурси
2. Ефективність праці та резерви її росту.
3. Продуктивність праці та показники її вимірювання.
4. Оплата праці робітників підприємства.

### ***1. Поняття персонал та трудові ресурси***

Трудові ресурси — це всі працюючі на підприємстві громадяни, які вкладають свою працю, фізичні та розумові здібності, знання, практичні навички у виробничо-фінансову діяльність для виконання місії підприємства та досягнення його цілей.

Термін "трудові ресурси" зазвичай використовується для характеристики робітників підприємства як один з елементів ресурсного потенціалу підприємства.

Використовуючи термін "кадри", найчастіше мають на увазі працюючих спеціалістів і кваліфікованих працівників, які постійно працюють на даному підприємстві.

Найбільш універсальним і узагальнюючим є термін "персонал". До персоналу ми відносимо всіх робітників, які виконують виробничі або клерувальні операції, та зайняті переробкою предметів праці з використанням засобів праці.

В теорії управління існують різні підходи до класифікації персоналу залежно від професії та посади робітника, рівня управління, категорії робітників. Базовою є класифікація по категоріях робітників, запропонована в 80-х роках. Ця класифікація передбачає виділення двох основних частин персоналу за участю в процесі виробництва: робочі та службовці .

Робочі, або виробничий персонал, здійснюють трудову діяльність у матеріальному виробництві з переважною долею фізичної праці. Вони забезпечують випуск продукції, її обмін, збут і сервісне обслуговування. Виробничий персонал можна розділити на дві складаючі частини:

- основний персонал — робочі, переважно зайняті випуском продукції;
- допоміжний персонал — робочі, переважно зайняті в заготівельних і обслуговуючих цехах підприємства.

Результатом праці виробничого персоналу є продукція у речовій формі (будівлі, автомобілі, телевізори, меблі, продукти харчування, одяг та ін).

Службовці, або керівний персонал, здійснюють свою трудову діяльність у процесі керування виробництвом із переважною долею розумової праці. Вони зайняті переробкою інформації з використанням технічних засобів керування. Основним результатом їх трудової діяльності є вивчення проблем керування, створення нової інформації, зміна її складу та форми, підготовка управлінських рішень, а після вибору керівником найбільш ефективного варіанта — реалізація

та контроль виконання рішень. Керівний персонал поділяється на дві основні групи: керівники та спеціалісти.

Принципова відміна керівників від спеціалістів полягає в юридичному праві прийняття рішень та наявності в підпорядкуванні інших робітників. Залежно від масштабу керування розрізняють лінійних керівників, відповідальних за прийняття рішень за всіма функціях керування, та функціональних керівників, реалізуючих окремі функції керування. Крім того, розрізняють керівників вищого рівня керування підприємством (директор та його заступники), середнього рівня (начальники цехів і підрозділів) та нижчого рівня (начальники ділянок, майстри).

Спеціалістів підприємства можна розподілити на три основні групи залежно від результатів їх праці:

- функціональні спеціалісти керування, результатом діяльності яких є управлінська інформація (референти, економісти, бухгалтери, фінансисти, маркетингологи та ін.);

- спеціалісти — інженери, результатом діяльності яких є конструкторсько-технологічна або проектна інформація в галузі техніки та технології виробництва (технологи, інженери, конструктори, будівельники, проектувальники та ін.);

- службовці — технічні спеціалісти (машиністи, оператори, кур'єри, ліфтери, комірники, офіціанти та ін.), які виконують допоміжні роботи в керівницькому процесі.

## ***2. Ефективність праці та резерви її росту***

Успіх будь-якої трудової діяльності характеризується її ефективністю. Під ефективністю праці треба розуміти соціально-економічну категорію, яка визначає ступінь досягнення тої чи іншої цілі, співвіднесеної зі ступенем раціональності витрачання використаних при цьому ресурсів. Таке визначення відображає поняття ефективності з якісного боку як співвідношення між результативністю праці та економічністю виробничих витрат. З кількісного боку поняття ефективності визначається як частка від ділення отриманого ефекту (результату) на понесені при цьому витрати.

Процес постійної цілеспрямованої праці з підвищення ефективності праці можна назвати ефективізацією праці. Поняття "ефективізація" продиктовано необхідністю вживання динамічного еквівалента поняттю "ефективність" у тій же ж мірі, як співвідносяться поняття "інтенсивність" та "інтенсифікація", "активність" і "активізація".

Стратегія ефективізації припускає визначення основних напрямків підвищення ефективності праці на основі комплексного використання та розвитку всіх факторів і ресурсів за для швидшого подолання кризового стану економіки.

Тактика ефективізації полягає в розробці та здійсненні поточних заходів з виявлення та використання резервів підвищення ефективності праці на основі усунення невиробничих витрат.

Ефективізація праці як на стратегічному, так і на тактичному рівні має своїм результатом прирощення ефективності праці. Багатоаспектність ефективності як соціально-економічної категорії потребує роздивляння ряду понять, які виражають її сутність.

Якщо ефективність характеризує співвідношення результатів і витрат із кількісної сторони, то їх якісна сторона характеризується поняттям "якість праці". Якість праці, як характеристика ефективності, розглядається з точки зору двох критеріїв: результативності витрат і економічності витрат.

Під результативністю витрат розуміється ступень досягнення заданої цілі: в даному випадку — забезпечення конкурентоспроможності продукції високої якості, виконуваних робіт, послуг за всією сукупністю споживацьких властивостей (понад тих вимог, які враховані в оцінці продуктивності праці).

Економічність витрат визначається інтенсивністю праці та продуктивністю використання речових ресурсів. Інтенсивність праці — це ступень її напруженості в процесі виробництва, яка вимірюється витратами фізичної та нервової енергії людини в одиницю часу. Інтенсивність праці залежить від застосованої технології, використання можливостей виробництва, які мають, і відношенням людини до праці. В той же час, прямо впливає на продуктивне використання природних, матеріальних та технічних ресурсів.

З точки зору результативності праці та економічності витрат стабільність праці означає ступень стійкості, непорушності, постійності організаційних і економічних умов, які забезпечують ефективну роботу персоналу підприємства, використання його трудового потенціалу, запобігання схованого безробіття.

### ***3. Продуктивність праці та показники її вимірювання***

Продуктивність праці — це плодотворність, продуктивність конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої в одиницю часу (година, зміна, рік) або кількістю часу, витраченим на виробництво одиниці продукції.

Застосування продуктивності праці як показника дозволяє оцінити ефективність праці як окремого працівника, так і колективу працівників.

Підвищення продуктивності праці завжди має вирішальне значення для розвитку економіки країни. Ріст продуктивності праці завжди виявляється у наступних формах:

- скорочення витрат праці на одиницю виробленої споживацької вартості, що виражається в економії матеріальних і трудових ресурсів;
- ріст маси споживацьких вартостей, що виробляються в одиницю часу, що відображається не у витратах, а в результатах праці;

- зміна співвідношення між живою та упередметненою працею зі зменшенням витрат сукупної праці;
- збільшення маси та норми прибавочного продукту. Вимір продуктивності праці стосується трьох взаємопов'язаних питань:
  - економічного змісту продуктивності праці;
  - визначення показників, які могли би служити кількісною мірою виміру рівню продуктивності праці;
  - принципів порівняння показників продуктивності праці в часі та просторі.

Вимоги, які висувається обліку продуктивності праці:

- одиниця виміру не повинна перекручувати показники продуктивності праці і при цьому повинна відповідати задачам обліку;
- змістовність обліку і відповідність облікового обсягу виробництва фізичному обсягу робіт;
- єдність методів виміру продуктивності праці;
- показник продуктивності праці повинен бути наскрізним, зведеним, порівняним і мати високий ступень узагальнення, гнучкості, універсальності застосування;
- забезпечення можливості отримання даних не тільки для виміру, але й для планування, а також аналізу факторів, за рахунок впливу яких продуктивність праці змінюється або повинна змінюватися в порівнянні з базисним (плановим) періодом.

Вимірювання продуктивності праці здійснюється шляхом порівняння результатів праці у вигляді обсягів виробленої продукції (робіт, послуг) із витратами праці (середньооблікова чисельність робітників).

В залежності від прямого або зворотного відношення цих величин існують два показники продуктивності праці.

Виробіток — кількість продукції, виробленої в одиницю робочого часу або прихожої на одного середньооблікового робітника або робочого на місяць, квартал, рік. Чим вищою є величина цього показника, тим вищою є продуктивність праці, тому він називається прямим показником продуктивності праці.

Рівень та динаміку продуктивності праці можна висловити і за допомогою зворотної величини — трудомісткості. Тобто — витрати робочого часу на одиницю продукції.

Таким чином, виробіток виражає ріст продуктивності праці через збільшення обсягу продукції в одиницю часу; трудомісткість характеризує економію праці, затраченої на випуск одиниці продукції.

Методи вимірювання продуктивності праці відрізняються залежно від способів визначення обсягів виробництва, їх є три. Натуральний (в т, кг, одиницях), вартісний (в грошовому вираженні), трудовий (у людино/годинах).

Фактори підвищення продуктивності та ефективності праці: науково-технологічні, організаційні, структурні та соціальні, які, у свою чергу,

поєднуються в наступні групи: трудові, природні, матеріальні, технологічні та фінансові.

Науково-технологічні фактори відіграють вирішальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності продукції та створенні матеріально-технічної бази ефективності праці, до них відносяться: технологія як зв'язкова ланка між людиною, предметами і засобами праці та мікроекологією праці, які використовуються; автоматизація як соціально-орієнтований напрямок підвищення ефективності людської діяльності.

Організаційні фактори відіграють синтезуючу, координуючу роль у комплексному використанні всіх факторів ефективності праці. До них відносяться: взаємодія людини з предметами та засобами праці; взаємодія людей у процесі спільної праці; виконання трудових, виробничих та господарчих функцій у всіх сферах діяльності, побудування організаційних структур; формування ефективності використання трудових та матеріально-технічних ресурсів.

Структурні фактори — це зміна виробничої програми за обсягом продукції, її складу (номенклатурі, якості), яка призводить до змін співвідношень між різними видами продукції, тобто до структурних зрушень у виробництві.

Соціальні фактори — відображають три найважливіші характеристики: якісний рівень трудових ресурсів, відношення робітників до праці, соціальні умови праці.

На підвищення ефективності праці суттєво впливають не тільки фактори ефективності праці як рушійна сила її росту, але й резерви росту ефективності праці. Під резервами в даному контексті маються на увазі невикористані можливості збільшення творчого початку в праці робітників та економного використання матеріально-технічних ресурсів, усунення всілякого роду виробничих втрат.

Резерви росту продуктивності та ефективності праці на підприємствах можуть розрізнятися за двома ознаками — за характером факторів, які використовуються: екстенсивні та інтенсивні; за напрямками сприяння: за групами ресурсів, які використовують.

Резерви екстенсивного росту:

- покращення використання фонду робочого часу;
- залучання в обіг невикористаних матеріалів та енергії;
- покращення використання обладнання та інших технічних засобів у часі;
- освоєння невикористаних природних ресурсів;
- залучання фінансових коштів (кредит, акціонування та ін.).

Резерви інтенсивного росту:

- зниження витрат праці на одиницю продукції;
- зниження витрат матеріалів та енергії на одиницю продукції;
- покращення використання техніки за паспортною потужністю;
- збільшення обсягу продукції з одиниці використаних природних ресурсів;
- економне витрачання та вигідне вкладення фінансових коштів.

Резерви покращення використання ресурсів (за групами): трудові ресурси; матеріальні ресурси; технологічні ресурси; природні ресурси; фінансові ресурси. Резерви покращення екстенсивного використання ресурсів визначаються різницею між ресурсами, які є в розпорядженні (за кількістю, обсягом) та фактично задіяними. Резерви покращення інтенсивного використання ресурсів визначаються різницею між можливим (розрахунковим або практично апробованим) ступенем ефективності використання ресурсів (за рівнем витрачання на одиницю результату або іншому критерію) та фактичним. Приблизно в кожній групі ресурсів відповідно виділено два напрямки заходів із покращення використання фонду робочого часу та зниження витрат праці на одиницю продукції та ін.

#### ***4. Оплата праці робітників підприємства***

Важливим розділом даної теми є організація оплати праці. Студент повинен звернути увагу на тлумачення сутності заробітної плати, характеристики кожної форми та системи заробітної платні, доцільність їх застосування. З'ясувати для себе роль тарифної ставки, розібратися в українських нормативних документах з оплати праці.

Значення питань оплати праці визначається тим, що політика підприємства в галузі оплати праці є складовою частиною управління підприємством, від неї у значній мірі залежить ефективність праці, роль заробітної платні як найважливішого стимулу в раціональному використанні трудових ресурсів.

В економічній науці відсутнє загальноприйняте трактування заробітної платні. Наведемо деякі з таких трактувань.

Заробітна плата — це виражена в грошовій формі частина національного прибутку, яка розподіляється за кількістю та якістю праці, витраченої кожним робітником, та надходить до його особистого споживання.

Заробітна плата — це винагорода за працю.

За Законом України "Про оплату праці", введеним з 1.05.95 року, заробітна плата трактується як винагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яке за трудовим договором власник або уповноважений їм орган виплачує робітнику за виконану роботу.

Існують й інші визначення заробітної платні.

Оплата праці робітників — це ціна трудових ресурсів, задіяних у виробничому процесі.

Заробітна плата — це частина витрат на виробництво та реалізацію продукції, яка йде на оплату праці робітників підприємства.

В ринковій економіці заробітна плата виражає головний та безпосередній інтерес найманих робітників, роботодавців та державі в цілому. Знаходження взаємовигідного механізму реалізації та дотримання інтересів указанного тристороннього партнерства є однією з головних умов розвитку виробництва та складає предмет функції керування працею та заробітною платнею.

Заробітна плата, як ціна робочої сили, характеризує вартість предметів споживання та послуг, які повинні забезпечити відтворення робочої сили, задовольнити матеріальні та духовні потреби робітника та членів його сім'ї.

Основна заробітна плата забезпечує мінімальний розмір оплати праці за умовою відпрацювання необхідної кількості робочого часу, стимулює ріст професійної майстерності та підвищує кваліфікації робітника. Метод нарахування основної заробітної платні залежить від системи оплати праці. За відрядною системою основний заробіток робочих визначається шляхом множення фактично виконаного обсягу робіт у натуральних вимірниках на відрядну розцінку за видами робіт. При погодинній оплаті основна заробітна плата розраховується шляхом множення посадового окладу на відсоток виконання нормативного часу або денної ставки оплати на число відпрацьованих днів на місяць.

Додаткова заробітна плата включає в себе різні види доплат, надбавок та компенсацій за диференційовані умови праці та кваліфікацію робітника. До неї належать:

- доплати за несприятливі та шкідливі умови праці;
- доплати за роботу за технічно обґрунтованими нормами;
- надбавки за сумісництво професій та виконання додаткових обов'язків;
- доплата за роботу в нічну зміну;
- доплата бригадирам та ланковим за керівництво;
- надбавки за класність водіїв та машиністів;
- надбавки за вчені ступені та звання, почесні звання, встановлені державою;
- персональні надбавки керівникам та спеціалістам за кваліфікацію;
- доплати за ненормований робочий день;
- оплата понаднормових годин, робота у вихідні та святкові дні;
- доплата за час виконання державних обов'язків;
- інші індивідуальні стимулюючі виплати.

Перелічені вище надбавки, доплати та компенсації частіше всього нараховуються у вигляді визначених, встановлених державою або підприємством, відсотків до основної заробітної платні, виплачуються з фонду оплати праці і також відносяться до собівартості продукції.

Винагорода за кінцевий результат виплачується з фонду оплати праці за досягнення певних результатів діяльності підприємства (організації), а також окремих структурних підрозділів.

Отже, оплата праці робітника здійснюється, виходячи зі складності кваліфікації та результативності праці, та включає в себе основну й додаткову заробітну платню, інші стимулюючі та компенсаційні виплати.

Номінальна заробітна плата — це нарахована та отримана робітником заробітна плата за його працю за визначений період.

Реальна заробітна плата — це кількість товарів та послуг, які можна придбати за номінальну заробітну платню; реальна заробітна плата — "купівельна спроможність" номінальної заробітної платні.

Оплата праці заснована на використанні в комплексі двох її складових частин:

- тарифної системи;
- форм і систем заробітної плати.

Тарифна система становить сукупність нормативів, за допомогою яких здійснюється регулювання заробітної плати різних категорій робітників. Складними елементами тарифної системи є тарифні ставки, кваліфікаційні розряди, посадові оклади, кваліфікаційні категорії, характеристики (довідники).

Тарифна ставка — це виражений у грошовій формі розмір оплати праці робочого за одиницю робочого часу. В більшості галузей народного господарства діють годинні та денні ставки. Тарифна ставка служить основою для визначення розміру оплати всіх категорій робочих. Розцінки для оплати праці робочих-відрядників визначається, виходячи з тарифної ставки відповідного розряду робіт, а для тимчасових робочих розраховуються, виходячи з присвоєного розряду та відпрацьованого часу.

Кваліфікаційний розряд характеризує рівень досягнутої кваліфікації робочого та визначається на основі "Єдиного тарифного довідника робіт і професій робочих".

Посадовий оклад — це виражений у грошовій формі розмір оплати праці службовця за виконання закріплених за ним функціональних обов'язків.

Кваліфікаційні категорії характеризують рівень кваліфікації, досягнутий управлінським персоналом та визначаються на основі "Кваліфікаційного довідника посад керівників, спеціалістів та службовців".

Тарифна система оплати праці використовується для розподілення робіт залежно від їх складності, а робітників — в залежності від їх кваліфікації та відповідальності за розрядами тарифної сітки. Вона є основою формування та диференціації розмірів заробітної плати.

Конкретні розміри тарифних ставок (окладів) та відрядних розцінок робочим, посадових окладів службовцям, а також надбавок, доплат, премій та винагороджень встановлюються з урахуванням вимог, передбачених Генеральною тарифною угодою, прийнятими на її основі галузевими (регіональними) угодами та зафіксованими в кожному підприємстві в колективному договорі робітників з адміністрацією (власником) підприємства.

Надбавки та доплати бувають двох видів: за законодавством та за рішенням підприємства. Розміри перших — міжгалузевого характеру — затверджуються Генеральною тарифною угодою. Це такі: доплати за суміщення професій, за розширення зон обслуговування, за заміну тимчасово відсутнього, за шкідливі умови праці, за керівництво бригадою.

Форми та системи заробітної плати. В сучасних умовах найбільше поширення надбали погодинна та відрядна форми.

Погодинна оплата праці застосовується в тих випадках, коли немає можливості пронормувати витрати праці або заробітна плата нараховується, виходячи з кількості відпрацьованих годин і кваліфікації робітника, яка визначається за допомогою тарифної ставки і посадового окладу.



Пряма погодинна форма оплати праці застосовується для оплати праці технічних спеціалістів та службовців: вахтерів, ліфтерів, кур'єрів, охоронців, допоміжних робочих та ін., коли оплата не пов'язана безпосередньо з якістю праці і не містить ніяких преміальних доплат.

Погодинно-преміальна система оплати праці застосовується для робочих високої кваліфікації, які працюють на складному обладнанні, машинах і механізмах, які поруч з оплатою відпрацьованого часу отримують премію за високу якість праці, безаварійну роботу, здачу в строк готової продукції.

Окладно-преміальна система праці застосовується для керівників та спеціалістів. Для кожного робітника, відповідно штатного розкладу, встановлюється посадовий оклад, який відображає кваліфікацію робітника, а в залежності від досягнутих результатів керівники та спеціалісти преміюються за виконання плану та високу якість праці.

Відрядна оплата праці передбачає розрахунок винагороди працівникові за роботу в залежності від обсягів виготовленої продукції або виконаних робіт. Відрядну оплату праці доцільно використовувати якщо є змога точно обчислити обсяг продукції, виготовленої працівником.

У практиці застосовують такі різновиди відрядної оплати праці:

- пряма відрядна;
- непряма відрядна;
- відрядно-преміальна;
- відрядно-прогресивна;
- акордна.

Пряма відрядна оплата праці передбачає оплату за кількість виготовленої продукції. При її розрахунку необхідно мати дані про кількість продукції, що була виготовлена за певний проміжок часу та відрядну розцінку за виготовлення кожної одиниці.

Непряма відрядна використовується при оплаті праці допоміжних робітників і обслуговуючого персоналу. Тобто розмір заробітку працівника ставиться у пряму залежність від результатів праці інших працівників, які його обслуговують.

Відрядно-преміальна система оплати праці передбачає окрім основної оплати за відрядними розцінками кількості виготовленої продукції також додаткову виплату премії за досягнення певних кількісних та якісних показників (наприклад, виконання планового завдання, перевищення планового завдання, виготовлення продукції без браку тощо).

Відрядно-прогресивна система оплати праці передбачає поетапне зростання відрядних розцінок при певному перевиконанні планового завдання. Тобто в межах планового завдання працівник отримує оплату за обсяг виготовленої продукції за прямою розцінкою, а при виробітку понад норму розцінка зростає.

Акордна оплата праці — це різновид відрядної оплати праці, коли за одиницю продукції приймається виріб, комплекс робіт і послуг, на які складається калькуляція витрат праці та заробітної плати. На відміну від прямої

відрядної оплати розрахунок заробітної плати ведеться за більш крупними одиницями готової продукції.

Акордно-преміальна система передбачає додатково до відрядного заробітку, нарахованому за нормативом, виплату премії за результати та якість праці (скорочення нормативного строку, висока якість продукції).

Державне регулювання оплати праці Держава здійснює регулювання оплати праці робітників підприємств всіх форм власності та господарювання шляхом встановлення розміру мінімальної заробітної плати, інших державних норм і гарантій, умов і розмірів оплати праці робітників закладів і організацій, які фінансуються з бюджету, керівників державних підприємств, а також шляхом оподаткування прибутків робітників.

Найважливішою формою державного регулювання оплати праці є встановлення мінімальної заробітної плати, яка складає законодавче встановлений розмір заробітної плати за простій, некваліфіковану працю, нижче якого не може здійснюватися оплата за виконану робітником місячну, годинну норму праці (обсяг робіт).

До мінімальної заробітної платні не входять доплати, надбавки, заохочувальні та компенсаційні виплати.

Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для підприємств усіх форм власності та господарювання.

Договірне регулювання оплати праці в підприємствах здійснюється на основі системи угод, які укладаються на державному (генеральна угода), галузевому (галузева угода), регіональному (регіональна угода) і виробничому (колективна угода) рівнях згідно із Законом України "Про колективні договори та угоди".

Норми колективного договору, які допускають оплату праці нижче норм і гарантій в оплаті праці, можуть застосовуватися лише тимчасово на період подолання фінансових труднощів строком не більше шести місяців.

Форми виплати заробітної плати. Заробітна плата робітників підприємств на території України виплачується в грошових знаках, які мають законний обіг на території України. Виплата заробітної плати у вигляді боргових зобов'язань і розписок або в будь-якій іншій формі заборонена.

Законодавство про оплату праці ґрунтується на Конституції України і складається з Кодексу законів про працю України, Закону про оплату праці, Закону України "Про колективні договори та угоди", Закону України "Про підприємства в Україні" та інших актів законодавства України Г101.

Як основні принципи оплати праці для окремого підприємства можуть бути названими наступні:

- облік розміру мінімальної оплати праці, встановленої державою;
- максимальна самостійність підприємства в питаннях організації та оплати праці;
- випереджальні темпи росту продуктивності праці в порівнянні з темпами росту заробітної плати; оплата за кінцевими результатами

виробництва та відповідно до кількості витраченої праці; заохочування високої якості продукції, праці, робіт та послуг;

- матеріальна зацікавленість робітників у рості продуктивності праці;
- забезпечення раціональних співвідношень в оплаті праці окремих професій, категорій та груп;
- індексація заробітної плати відповідно темпам росту інфляції;
- забезпечення оптимальної питомої ваги заробітної плати в собівартості продукції;
- аналіз середньої заробітної плати в аналогічних підприємствах галузі народного господарства та планування її перевищення;
- аналіз середньої заробітної плати одного робітника в регіоні (районі) та планування її перевищення; вибір раціональної системи оплати праці (відрядної, погодинної) для окремих категорій робітників; забезпечення соціальної захищеності робітників підприємства за допомогою державних та внутрішньо фірмових гарантій праці;
- аналіз динаміки росту заробітної плати та окремих її компонентів (оклади, тарифні ставки, винагороди, премії).

### ***Тема 2.3 Майнові ресурси***

1. Економічна сутність майна підприємства, його структура і класифікація.
2. Основні засоби підприємства
3. Оборотні засоби підприємства
4. Нематеріальні активи

#### ***1. Економічна сутність майна підприємства, його структура і класифікація***

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство повинно мати певне майно, котре належить йому на правах власності чи володіння. Все майно, яке належить підприємству і яке відображено в його балансі, називається його активами.

*Активи* – це економічні ресурси підприємства у формі сукупних майнових цінностей, які використовуються в господарській діяльності з метою отримання прибутку; це ресурси, контрольовані підприємством в результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до збільшення економічних вигод у майбутньому.

Головним критерієм відображення певних цінностей в активі балансу, згідно з національною обліковою теорією, є право власності на них без будь-якого посилення на можливість одержувати економічні вигоди від використання активу у майбутньому. Воно має три форми свого прояву – право володіння, право користування і право розпорядження. Визначальним є право

розпорядження. На практиці ж, при складанні балансу, згідно з Інструкцією про порядок заповнення форм річного бухгалтерського звіту підприємства, право власності на майно реалізується не в усіх притаманних йому формах. Так, за статтею “Основні засоби” орендні підприємства відображають як власні, так і взяті в оренду цілісні майнові комплекси державних підприємств або їх структурних підрозділів, а також взяті у фінансову оренду основні засоби. Звичайно, орендні підприємства мають право володіти та користуватися орендованим майном, але не мають права вільно розпоряджатися ним. Проте, навіть це неповне право дає суб’єктам власності можливість реалізувати її економічну сутність – здійснювати привласнення результатів, пов’язаних з використанням майна. В той же час, Комітет з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку відзначає, що право власності не є істотним при визнанні активу в балансі. Головним є те, що підприємство контролює вигоди, отримані від використання цього майна, та переймає ризики, пов’язані з активом.

За формою функціонування активів виділяють:

- *матеріальні активи*, які характеризують активи підприємства, котрі мають матеріальну форму. Це основні засоби, незавершені капітальні вкладення, устаткування, виробничі запаси сировини та матеріалів, запаси швидкозношуваних предметів (МШП), обсяг незавершеного виробництва, інші види матеріальних активів;

- *нематеріальні активи*, які характеризують активи підприємства, котрі не мають матеріальної форми, але приймають участь в господарській діяльності та приносять прибуток. До них відносяться придбання підприємством прав користування окремими природними ресурсами, патентні права на використання винаходів, “ноу-хау” – сукупність технічних, технологічних, управлінських, комерційних і інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, які є предметом інновацій, але не запатентованих, права на виробничі моделі, товарний знак - емблема, рисунок чи символ, торгова марка – право на виключне використання фірмового найменування юридичної особи, права на використання комп’ютерних програм, «гудвіл» – різниця між ринковою вартістю підприємства як майнового комплексу і його балансовою вартістю, інші аналогічні види майнових цінностей підприємства;

- *фінансові активи*, які характеризують різні фінансові інструменти, котрі належать підприємству або знаходяться в його володінні. Це грошові активи в національній валюті, грошові активи в іноземній валюті, дебіторська заборгованість у всіх її формах, короткострокові фінансові вкладення, довгострокові фінансові вкладення.

За характером участі в господарському процесі та швидкістю обороту активів виділяють:

- *оборотні (поточні) активи*, які характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, котрі обслуговують поточну виробничо-комерційну (операційну) діяльність і повністю використовуються впродовж одного виробничо-комерційного циклу. До них відносять такі елементи: виробничі

запаси сировини та напівфабрикатів, запаси МШП, обсяг незавершеного виробництва, запаси готової продукції, дебіторську заборгованість, грошові активи в національній і іноземній валюті, короткострокові фінансові вкладення, витрати майбутніх періодів;

- *необоротні активи*, які характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, котрі багаторазово використовуються в процесі господарської діяльності та переносять на продукцію свою вартість поступово. Це основні засоби, нематеріальні активи, незавершені капітальні вкладення, устаткування, довгострокові фінансові вкладення, інші види необоротних активів.

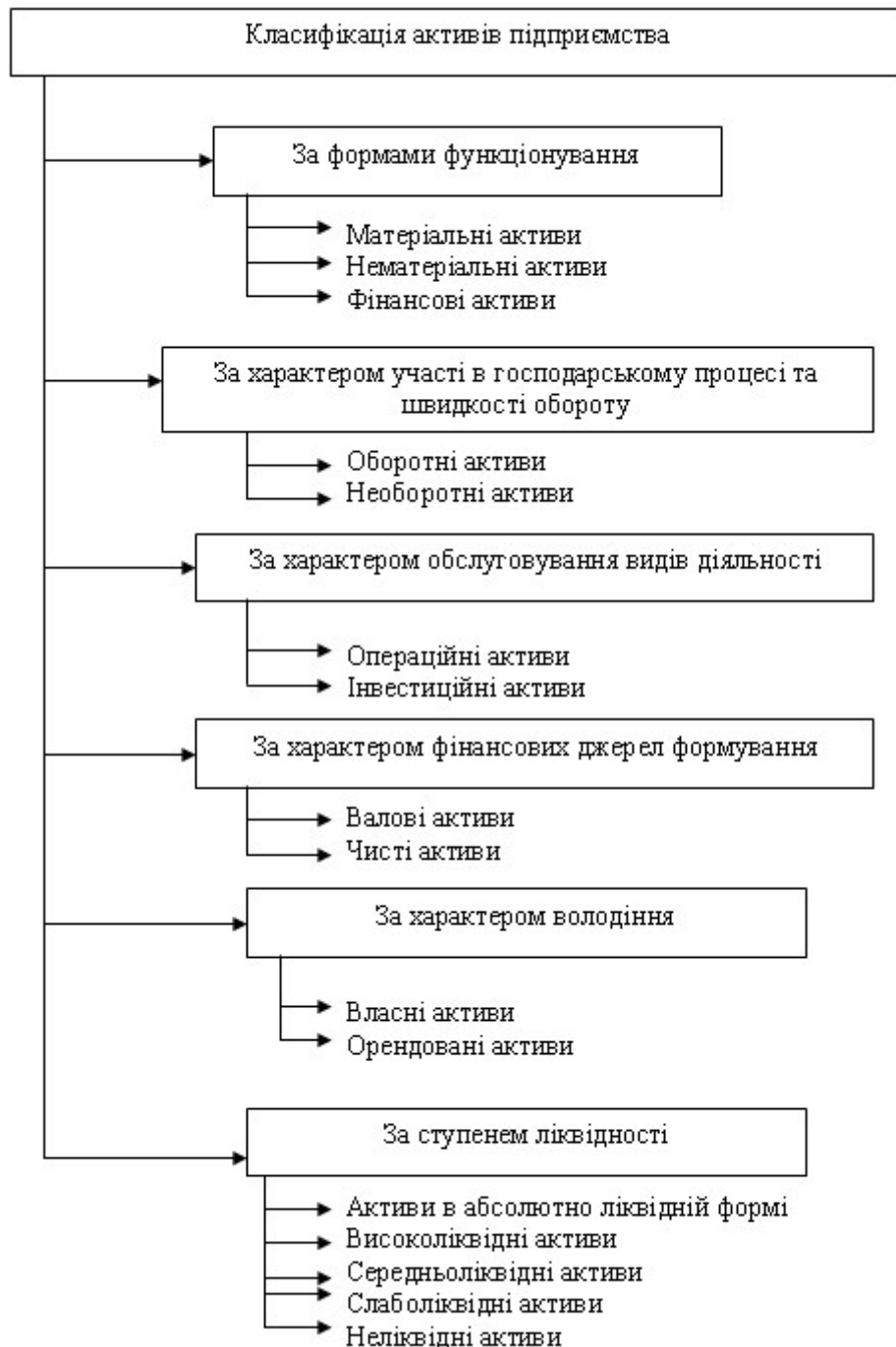


Рисунок 3.1 – Класифікація активів підприємства

За характером обслуговування окремих видів діяльності виділяють:

- *операційні активи* – це сукупність майнових цінностей, котрі використовуються у виробничо-комерційній (операційній) діяльності підприємства з метою отримання операційного прибутку. До складу операційних активів відносять: виробничі основні засоби, нематеріальні активи, які обслуговують операційний процес, оборотні операційні активи за виключенням короткострокових фінансових вкладень;

- *інвестиційні активи*, які характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, пов'язаних із здійсненням його інвестиційної діяльності. Це незавершені капітальні вкладення, устаткування, довго - та короткострокові фінансові вкладення.

За характером фінансових джерел формування активів виділяють:

- *валові активи* – це сукупність майнових цінностей (активів) підприємства, які сформовані за рахунок як власного, так і позикового капіталу;

- *чисті активи*, які характеризують вартісну сукупність майнових цінностей підприємства, сформованих виключно за рахунок його власного капіталу.

За характером володіння активами виділяють:

- *власні активи*;

- *активи, взяті в оренду (лізинг).*

За ступенем ліквідності активів виділяють:

- *активи в абсолютно ліквідній формі* – це активи, котрі не потребують реалізації, тобто грошові активи в національній і іноземній валюті;

- *високоліквідні активи* – це активи, які можуть бути швидко конвертовані в грошову форму (як правило, на термін до одного місяця) без втрат своєї поточної ринкової вартості з метою своєчасного забезпечення платежів за поточними фінансовими зобов'язаннями. До них відносять короткострокові фінансові вкладення та короткострокову дебіторську заборгованість;

- *середньоліквідні активи* – це всі форми дебіторської заборгованості, крім короткострокової та безнадійної, запаси готової продукції для реалізації;

- *слаболіквідні активи* – це активи, які можуть бути конвертовані в грошову форму без втрат своєї поточної ринкової вартості лише впродовж значного періоду часу (від півроку і вище). Це запаси сировини, напівфабрикатів, запаси МШП, основні засоби, незавершені капітальні вкладення, устаткування, довгострокові фінансові вкладення;

- *неліквідні активи* – такі види активів, які самостійно не можуть бути реалізовані. Це безнадійна дебіторська заборгованість, витрати майбутніх періодів, збитки поточних та минулих років.

Активи мають визнаватись і відображатись в балансі в грошовому виразі з використанням певної бази оцінки, а саме:

1. Історичної собівартості. Активи відображаються за сумою сплачених грошових коштів чи їх еквівалентів або за справедливою вартістю компенсації, виданої. Щоб придбати їх, на момент придбання;

2. Поточної собівартості. Активи відображаються за сумою грошових коштів чи їх еквівалентів, яка була б сплачена в разі придбання такого ж або еквівалентного активу на поточний момент;

3. Вартості реалізації. Актив відображається за сумою грошових коштів чи їх еквівалентів, яку можна було б отримати на поточний момент шляхом продажу активу в ході звичайної реалізації;

4. Теперішньої вартості. Активи відображаються за теперішньою дисконтовою вартістю майбутніх чистих надходжень грошових коштів, які, як очікується, має генерувати стаття під час звичайної діяльності підприємства.

Основою оцінки є історична собівартість. Вона, як правило, комбінується з іншими оцінками.

Оскільки кредитори мають першочергові права щодо майна підприємства, для задоволення їх потреб інформація балансу традиційно класифікувалась таким чином, щоб наочно відобразити платоспроможність підприємства, тобто ймовірність погашення заборгованості у випадку його ліквідації.

Фінансовий стан підприємства в значній ступені залежить від доцільності та правильності вкладення фінансових ресурсів в активи. В процесі функціонування підприємства величина активів і їх структура постійно змінюються. Характеристику про якісні зміни в структурі майна та його джерел можна отримати за допомогою вертикального та горизонтального аналізу звітності.

Вертикальний аналіз показує структуру майна підприємства та його джерел. Як правило, показники структури розраховуються у відсотках до валюти балансу. Відносні показники певною мірою згладжують негативний вплив інфляційних процесів, які суттєво утруднюють співставлення абсолютних показників в динаміці.

Горизонтальний аналіз звітності складається в побудові однієї чи декількох аналітичних таблиць, в яких абсолютні показники доповнюються відносними темпами зростання (зниження).

В умовах інфляції цінність результатів горизонтального аналізу знижується.

## ***2. Основні засоби підприємства***

Основний капітал – це частина постійного капіталу, яка складається з вартості засобів праці (будівель, споруд, машин, устаткування) та обертається протягом кількох періодів виробництва.

Основні засоби – це сукупність засобів праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі,

а їхня вартість переноситься на вартість продукції, що виробляється, частинами в міру спрацювання.

Згідно Податкового Кодексу України основні засоби – це матеріальні цінності, які використовуються в господарській діяльності платниками податку впродовж періоду більш ніж 365 календарних днів, вартістю більше 2500 грн, яка поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом.

Для відображення участі основних засобів у виробничому процесі підприємств за функціональною ознакою їх поділяють на:

- промислово-виробничі засоби, які прямо чи опосередковано беруть участь у виготовленні продукції,
- непромислові, які ніякої участі у виробничому процесі не беруть.

Для обліку, аналізу та планування основні засоби за складом класифікують згідно з П(С)БО 7 «Основні засоби».

Класифікація основних засобів:

1. за ознакою подібності їхнього функціонального призначення та натурально-речового складу розподіляються на певні види:
  - будівлі;
  - споруди;
  - передавальні пристрої;
  - машини та устаткування (силові машини та устаткування робочі машини та устаткування вимірювальні та регулюючі прилади та пристрої, лабораторне устаткування обчислювальна техніка);
  - транспортні засоби;
  - господарський інвентар;
  - інструмент;
  - виробничий інвентар та приладдя;
  - інші основні фонди.
2. за призначенням (у сфері використання)
  - виробничі (основні фонди, які беруть участь у виробничому процесі і створюють умови для виробничої діяльності);
  - невиробничі (об'єкти культурно-побутового призначення (житлові будинки, медичні установи та ін.);
3. за ступенем участі у виробничому процесі
  - активні (які безпосередньо беруть участь у виробничому процесі – робочі машини й устаткування, інструмент, вимірювальні та регулюючі пристрої, ЕОМ, деякі технічні споруди);
  - пасивні (які створюють умови для здійснення процесу виробництва).
4. по групах для встановлення норм амортизаційних відрахувань (Стаття 145 ПКУ).



Таблиця 1.3 – Класифікація основних засобів за групами для нарахування амортизації

[illegible]

Структура основних засобів – це розподіл основних засобів за видами (групами), відображений у відсотках від їх загальної вартості по підприємству, галузі або житлово-комунальному господарству в цілому.

Основні засоби підприємства оцінюються:

1. Залежно від моменту проведення оцінки – за первісною (початковою) чи відновленою вартістю;
2. Залежно від стану основних засобів – за повною або залишковою вартістю.

Первісна вартість основних засобів – це фактична їхня вартість на момент введення в дію чи придбання. Первісна вартість будь-якого виробничого устаткування, крім оптової ціни, включає витрати на його транспортування й установку на місці використання.

Первісна вартість ідентифікує вартість на момент введення в експлуатацію або придбання основного засобу.

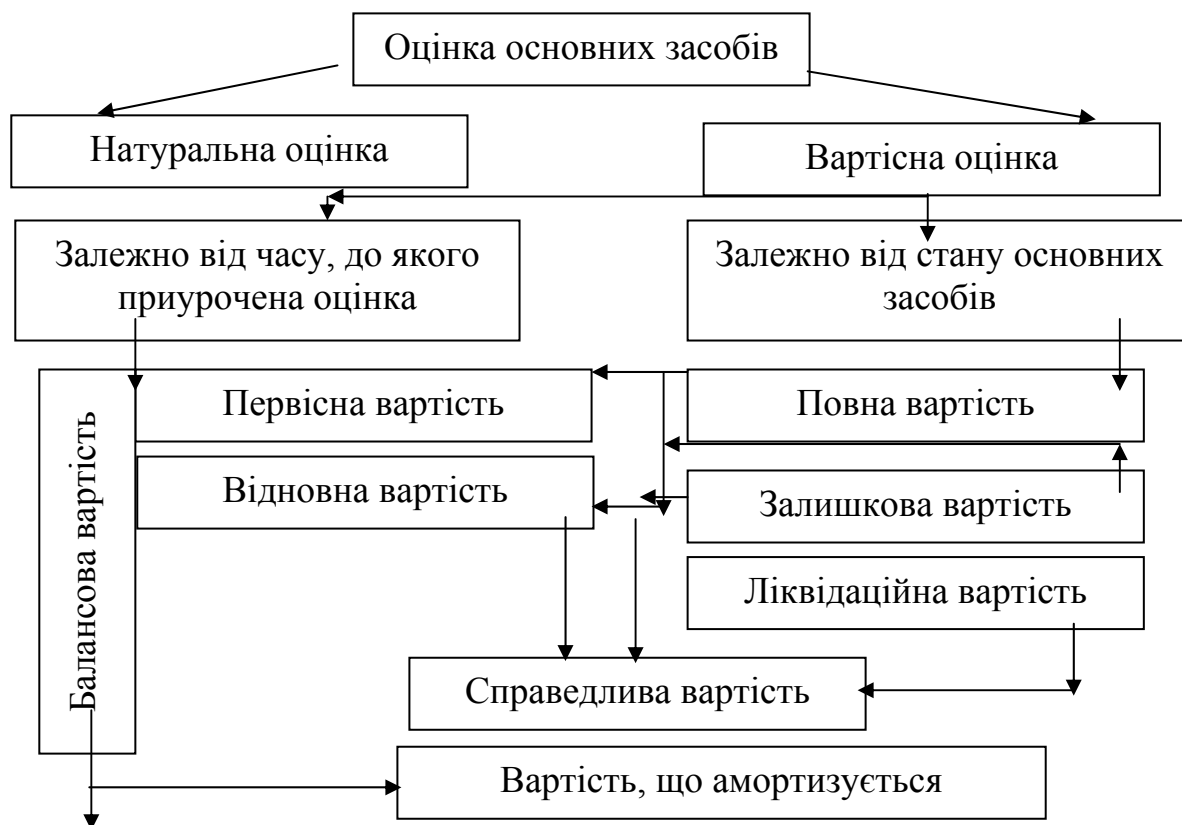


Рисунок 3.2 – Види оцінки вартості основних засобів

Відновна вартість основних засобів – це вартість їхнього відтворення за сучасних умов виробництва. Вона враховує ті самі витрати, що й первісна, але за сучасними цінами.

Залишкова вартість основних засобів – характеризує реальну їхню вартість, і ще не перенесену на вартість виготовленої продукції (роботи або послуги).

Залишкова вартість основних засобів є розрахунковою величиною, і визначається як різниця між повною первісною (відновною) вартістю та накопиченою на момент обчислення сумою спрацювання основних засобів.

Залишкова вартість основних засобів на час їхнього вибуття (спричиненого спрацюванням) має назву ліквідаційної вартості.

Вона розраховується як сума надходжень від реалізації основних засобів, які вибули, з урахуванням витрат щодо демонтажу та реалізації. У практиці господарювання її використовують для розрахунків норм амортизаційних відрахувань та визначення наслідків ліквідації спрацьованих ОЗ.

Повна (первісна й відновна) вартість основних засобів – це вартість у новому, не зношеному стані. Саме за цією вартістю основні засоби рахуються на балансі підприємства протягом усього періоду функціонування.

Балансова вартість групи основних засобів на початок розрахункового року (БВ<sub>оз</sub>):

$$БВ_{\text{оф}} = БВ_{\text{о}} + В_{\text{ноф}} + В_{\text{кр}} + В_{\text{рек}} - В_{\text{в}} - АВ_{\text{о}}, \quad (3.4)$$

де БВ<sub>о</sub> – балансова вартість групи основних засобів на початок року, що передував звітному;

В<sub>ноф</sub> – витрати на придбання нових основних засобів;

В<sub>кр оф</sub> – вартість здійснення капітального ремонту основних засобів;

В<sub>рек оф</sub> – витрати на реконструкцію виробничих приміщень і модернізацію устаткування;

В<sub>в оф</sub> – вартість виведених з експлуатації основних засобів протягом року, що передував звітному;

АВ<sub>о оф</sub> – сума амортизаційних відрахувань, нарахованих у році, що передував звітному.

Середньорічна вартість – середньозважена повна вартість основних засобів за рік.

$$В_{\text{ср. оф.}} = ПВ_{\text{п.р.}} + ПВ_{\text{в. оф.}} * k/12 - ПВ_{\text{виб. оф.}} * (12 - k) / 12, \quad (3.5)$$

де ПВ<sub>п.р.</sub> – повна вартість основних засобів на початок року;

ПВ<sub>в. оф.</sub> – повна вартість основних засобів, що надійшли у розрахунковому році;

ПВ<sub>виб. оф</sub> – повна вартість основних засобів, що вибули з експлуатації у розрахунковому році.

Для обліку руху основних засобів підприємство використовує середньорічну вартість основних засобів.

Основні засоби протягом свого тривалого функціонування зазнають фізичного (матеріального) і економічного спрацювання, а також, морального старіння.

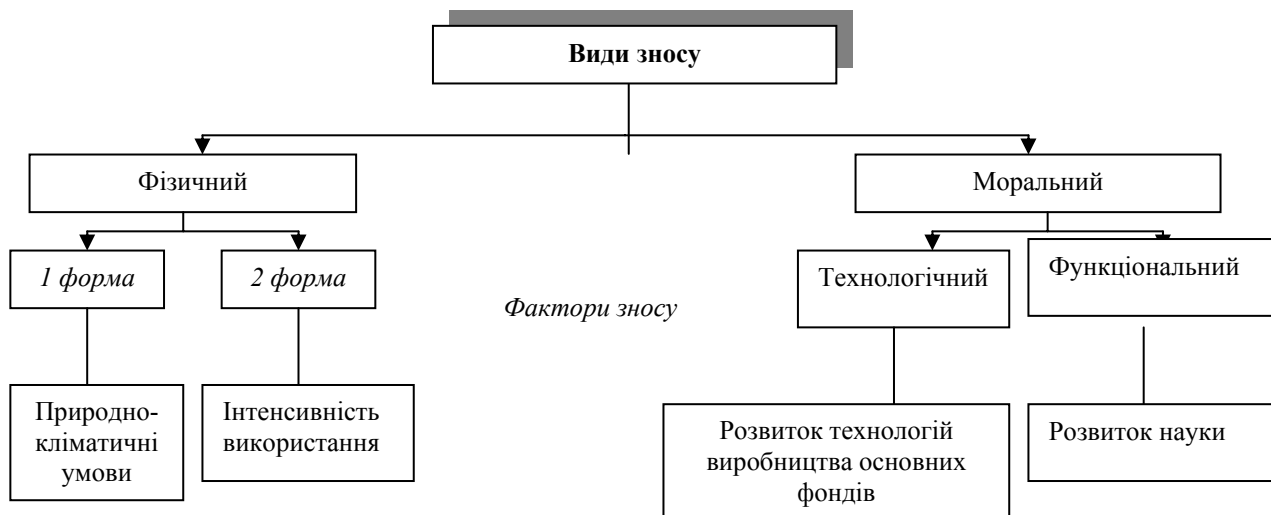


Рисунок 3.3 – Види зносу основних засобів

Під фізичним спрацюванням основних виробничих засобів розуміють явище поступової втрати ними своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до зменшення їхньої реальної вартості – економічного спрацювання.

Фізичний знос пов'язаний з впливом природно-кліматичних умов, і не залежить від того, використовуються основні фонди у виробництві чи ні.

Фізичний знос – це втрата засобами праці своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до поступового зменшення реальної їх вартості – економічного спрацювання. Таке матеріальне спрацювання може бути тимчасовим і постійно накопичуваним.

Ступінь фізичного зносу можна визначити двома методами:

- за строком фактичної експлуатації засобів праці конкретного виду,
- за даними обстеження технічного стану засобів праці.

Технологічний знос – втрата вартості внаслідок здешевлення відтворення таких самих машин, тобто коли нові машини такої конструкції можуть бути придбані дешевше, ніж ті, що встановлені на підприємстві.

Функціональний знос – втрата вартості діючих фізично придатних машин внаслідок того, що випущено нові, кращі, більш потужні.

Соціальний знос – втрата споживчої вартості основних фондів внаслідок незадоволення умов безпеки праці та ергономічності (зручність робочого місця).

Екологічний знос – втрата споживчої вартості внаслідок невідповідності умовам екологічної безпеки.

Наслідки морального зносу можна усунути

- модернізацією устаткування,
- реконструкцією (функціональний знос),

- скороченням термінів використання основних фондів,
- підвищенням інтенсивності експлуатації (технологічний знос).

Технологічний знос розраховують за формулою:

$$З_{\text{т}} = \text{ПВ} - \text{ВВ} \quad (3.6)$$

Функціональний знос розраховують за формулою:

$$З_{\text{ф}} = \text{ПВ}^{\text{с}}_{\text{п}} - (\text{ПВ}^{\text{с}}_{\text{с}} / T^{\text{с}}_{\text{н}} \text{П}_{\text{с}} - \text{ПВ}^{\text{н}}_{\text{н}} / T^{\text{н}}_{\text{н}} \text{П}_{\text{н}}) * T^{\text{с}}_{\text{о}} * \text{П}_{\text{с}}, \quad (3.7)$$

де  $\text{ПВ}^{\text{с}}_{\text{с}}$  – первісна вартість старого обладнання;

$T^{\text{с}}_{\text{н}}$  – нормативний строк експлуатації нового обладнання;

$\text{П}_{\text{с}}$  – річна продуктивність старих і нових основних фондів у вартісному визначенні;

$\text{ПВ}^{\text{н}}_{\text{н}}$  – первісна вартість нового обладнання;

$T^{\text{с}}_{\text{о}}$  – нормативний строк експлуатації старого обладнання;

$\text{П}_{\text{н}}$  – залишений строк експлуатації старого обладнання.

Необхідною умовою відновлення засобів праці в натурі є поступове відшкодування їхньої вартості, яке здійснюється через амортизаційні відрахування (амортизацію).

Амортизація основних засобів – це процес перенесення авансованої раніше вартості всіх видів засобів праці на вартість продукції з метою її повного відшкодування.

Амортизація основних засобів нараховується із застосуванням таких методів:

1) прямолінійного, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів;

$$\text{АВ} = (\text{ПВ} * \text{Н}_{\text{ав}}) / 100, \quad (3.8)$$

$$\text{Н}_{\text{ав}} = 100 / T, \quad (3.9)$$

де  $T$  – нормативний строк експлуатації основних фондів у роках.

Переваги методу – простота розрахунку та рівномірність розподілу суми амортизації між обліковими періодами, що забезпечує зіставлення собівартості продукції з доходом від реалізації.

Недоліком даного методу є те, що він не враховує морального зносу основних засобів, відмінність їх виробничої потужності в різні роки експлуатації та необхідність збільшення витрат на ремонт в останні роки служби.

2) зменшення залишкової вартості, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року

або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації. Річна норма амортизації (у відсотках) обчислюється як різниця між одиницею та результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта з результату від ділення ліквідаційної вартості об'єкта на його первісну вартість;

3) прискореного зменшення залишкової вартості, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітної року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації, яка обчислюється відповідно до строку корисного використання об'єкта і подвоюється.

$$H_{ав} = 2 * (100 / T) \quad (3.10)$$

4) кумулятивного, за яким річна сума амортизації визначається як добуток вартості, яка амортизується, та кумулятивного коефіцієнта. Кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості років, що залишаються до кінця строку корисного використання об'єкта основних засобів, на суму числа років його корисного використання;

Цей метод характеризується більш високими нормами амортизації в першій половині амортизаційного періоду і поступовим їх зниженням в другій половині. Визначення амортизаційних відрахувань здійснюється в декілька етапів:

а) визначається сума цілих значень років експлуатації;

б) обчислюється дріб від ділення цілих чисел років експлуатації (при цьому дріб від ділення цілого значення останнього року експлуатації ставиться на перше місце, передостаннього – на друге і т.д.);

в) відповідний дріб для кожного року перемножується на ціну устаткування і в такий спосіб визначається сума амортизації за потрібний рік.

$$H_{ав} = ((T - i + 1) * 100) / \Sigma T, \quad (3.11)$$

де  $i$  – порядковий номер року строку використання, на момент якого здійснюється розрахунок.

Амортизація не нараховується на :

- споруди благоустрою та житлові будинки
- бібліотечні та архівні фонди
- автомобільні дороги загального використання

Для підтримки основних засобів у нормальному технічному стані на підприємстві здійснюється: поточний ремонт, капітальний ремонт, відновлювальний ремонт, модернізація, реконструкція, технічне переобладнання.

Система показників, яка може вичерпно характеризувати ефективність основних засобів, охоплює два блоки:

1. показники ефективності відтворення окремих видів і всієї сукупності засобів праці;
2. показники рівня використання основних засобів у цілому та окремих їхніх видів.

*Показники технічного стану основних засобів:*

1. Коефіцієнт зносу основних засобів – характеризує зношеність основних засобів.

$$K_z = 3 * 100 / \text{ПВ}, \quad (3.12)$$

де 3 – сума зносу основних засобів;

ПВ – первісна вартість основних засобів .

2. Коефіцієнт придатності основних засобів – виявляє, яку частку складає їх залишкова вартість від первісної вартості.

$$K_n = (\text{ПВ} - 3) * 100 / \text{ПВ}. \quad (3.13)$$

*Показники руху основних засобів*

1. Коефіцієнт оновлення основних засобів – характеризує частку нових, введених в експлуатацію у звітному періоді основних засобів у складі усіх основних засобів, наявних на кінець звітного періоду.

$$K_o = \Phi_n / \Phi_k * 100, \quad (3.14)$$

де  $\Phi_n$  – сума нових основних засобів за первісною вартістю, що введені в експлуатацію у звітному періоді;

$\Phi_k$  – сума основних засобів за первісною вартістю на кінець звітного періоду.

2. Коефіцієнт вибуття основних засобів – показує, яка частка основних засобів, наявних на початок звітного періоду, вибула за цей період внаслідок старіння та зносу.

$$K_b = \Phi_b / \Phi_o * 100, \quad (3.15)$$

де  $\Phi_b$  – сума основних засобів, що вибувають у звітному періоді внаслідок старіння та зносу;

$\Phi_o$  – сума основних засобів на початок періоду.

*Показники ефективності використання основних засобів*

1. Фондовіддача ( $\Phi_b$ ) – показник, що відображає випуск продукції на 1 грн основних засобів підприємства

$$\Phi_b = D_p / \Phi, \quad (3.16)$$

де  $D_v$  – сума доходів від реалізації продукції;

$\Phi$  – загальна вартість основних засобів.

2. Фондомісткість ( $\Phi_m$ ) – показник потреби основних засобів для забезпечення виконання одиниці обсягу роботи.

$$\Phi_m = \Phi / D_p. \quad (3.17)$$

3. Фондоозброєність праці ( $\Phi_o$ ) обчислюється за формулою:

$$\Phi_o = \Phi / Ч, \quad (3.18)$$

де  $Ч$  - середньооблікова чисельність виробничого персоналу.

### ***3. Оборотні фонди підприємства***

Оборотні фонди – це частина виробничих фондів у вигляді певної сукупності предметів праці, елементи яких цілком споживаються в кожному виробничому циклі, змінюють або повністю втрачають натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість продукції (послуги), що виробляється.

Виробничі запаси становлять найбільшу частину оборотних фондів.

Незавершене виробництво – це предмети праці, обробку (переробку) яких не завершено підприємством. Вони перебувають безпосередньо на робочих місцях або в процесі транспортування від одного робочого місця до іншого.

Витрати майбутніх періодів – це грошові витрати, які зроблено в даний період, але які буде відшкодовано за рахунок собівартості продукції (роботи, послуг) у наступні періоди.

Співвідношення оборотних фондів у розрізі окремих елементів і стадій функціонування (запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів) характеризує їхню виробничо-технологічну структуру.

Структура оборотних фондів на підприємствах різних галузей має значні відмінності, зумовлені конкретними технологіями і формами організації виробництва, умовами забезпечення матеріальними ресурсами, цінами на них тощо.

Оборотні фонди підприємства належать до нормованих. Визначення потреби підприємства в сировині та інших видах матеріальних ресурсів здійснюється за певними нормами їхніх витрат.





Рисунок 3.4 – Оборотні фонди підприємства

Норми оборотних фондів характеризують мінімальні запаси товарно-матеріальних цінностей на підприємстві і розраховують у днях запасу, нормах запасу, гривнях на розрахункову одиницю.

Норма витрат – гранично допустима величина витрати на виготовлення продукції за умов конкретного виробництва з урахуванням застосування найпрогресивнішої технології та сировини (матеріалів) найвищого гатунку.

Норми класифікуються за наступними ознаками:

А) за призначенням:

- норми витрат сировини;
- норми витрат матеріалів;
- норми витрат енергії;
- норми витрат палива.

Б) масштабом дії

- групові (на однакові види продукції);
- індивідуальні.

В) періодом дії

- річні (для поточного планування);
- перспективні.

Г) ступенем деталізації об'єктів нормування (вузла та виробу в цілому)

Д) ступенем деталізації нормованих ресурсів

- специфіковані (на види ресурсів з конкретними параметрами);
- зведені (на види ресурсів за звуженою номенклатурою).

Оборотні фонди нормують наступними методами:

1. Аналітично-розрахунковий метод.

Він базується на глибокому аналізі та техніко-економічному обґрунтуванні всіх елементів норми з використанням найновіших досягнень техніки і технології виробництва

2. Дослідно-лабораторний метод.

Норми витрат визначають з допомогою проведення низки дослідів і досліджень. Його використовують для нормування витрати допоміжних матеріалів та інструменту.

3. Звітно-статистичний метод.

Його суть полягає у встановленні норм витрат, виходячи зі звітних даних про фактичне витрачання ресурсів за минулі роки та очікуваного (можливого) певного зниження норм у наступні роки. Його застосування допускається тільки як виняток – для орієнтованих розрахунків, а також у процесі нормування витрат малоцінних і таких, що їх рідко використовують, матеріалів.

Економія матеріальних ресурсів, що характеризується зниженням абсолютної та питомої витрати окремих видів ресурсів, дає змогу з такої самої кількості сировини й матеріалів виготовлювати більше продукції без додаткових затрат суспільної праці, підвищувати ефективність виробництва в цілому на кожному підприємстві.

На підприємствах мають місце поточні витрати фінансових (грошових) коштів, які у процесі господарювання здійснюють певний кругообіг (проходять грошову, виробничу й товарну стадії).

Оборотні кошти – це сукупність грошових коштів підприємства, необхідних для формування й забезпечення кругообігу виробничих оборотних фондів та фондів обігу.

Оборотні кошти підприємств класифікують за наступними ознаками:

1. за функціональним призначенням

- виробничі оборотні фонди;
- фонди обігу (з огляду на це виокремлюють оборотні кошти у сферах виробництва та обігу).

2. в залежності від ролі у виробничому процесі

- оборотні фонди (виробничі запаси, незавершене виробництво, напівфабрикати власного виготовлення, витрати майбутніх періодів);
- фонди обігу (залишки готової продукції, відвантажена продукція, грошові кошти на розрахунковому рахунку, дебіторська заборгованість, інші оборотні кошти).

3. за принципом формування

- нормовані оборотні кошти;

- ненормовані оборотні кошти.
- 4. за джерелом формування
  - власні;
  - позикові.

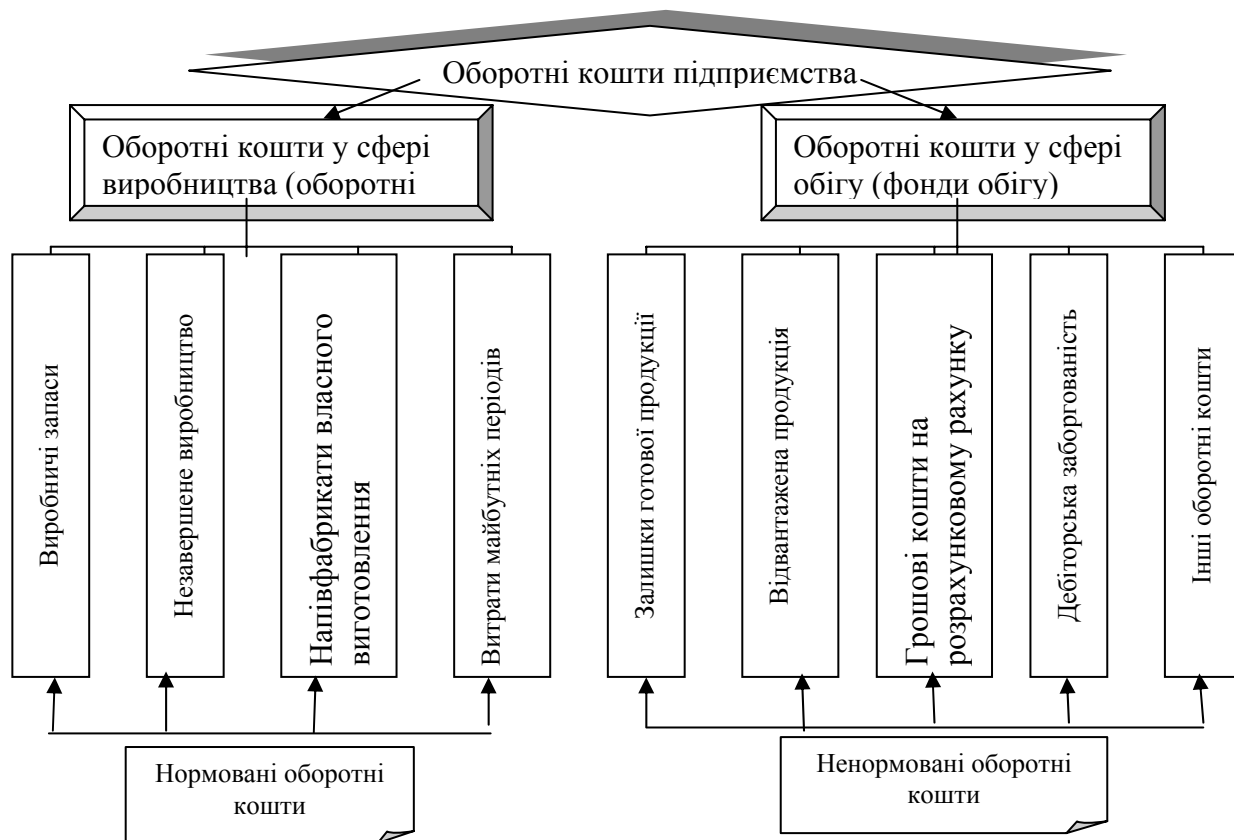


Рисунок 3.5 – Оборотні кошти підприємства

Норматив оборотних коштів – мінімальна сума грошових коштів, яка постійно необхідна для виробничої діяльності.

Нормування оборотних коштів здійснюється по кожному виду оборотних коштів за нормами запасу.

Норми запасу вимірюються

- у днях (по матеріалах, паливу, запасним частинам)
- грошових одиницях на одного робітника (мбп)
- натуральних одиницях на одну одиницю (тис кв м, 100 квартир – матеріали для ремонту дому)

Нормативи оборотних коштів вимірюються у грошовому виразі за формулою

$$H = N * B, \quad (3.19)$$

де  $N$  – норма оборотних коштів;

$B$  – односторонні витрати.

Відомі три методи розрахунку нормативів оборотних коштів:

- аналітичний

- метод коефіцієнтів
- прямого рахунку

Аналітичний метод передбачає ретельний аналіз наявних товарно-матеріальних цінностей з наступним коригуванням фактичних запасів та вилученням з них надлишкових.

Метод коефіцієнтів полягає в уточненні чинних на початок розрахункового періоду нормативів власних оборотних коштів згідно зі змінами в цьому періоді показників виробництва, що впливають на величину цих коштів.

#### Норматив оборотних коштів у виробничих запасах.

Норматив оборотних коштів у виробничих запасах, що їх відносять до оборотних фондів, визначається множенням середньодобового споживання матеріалів у вартісному виразі на норму їхнього запасу в днях.

. На підприємствах існує кілька видів запасів:

- транспортний
- підготовчий (технологічний)
- поточний
- резервний (страховий)

1. У транспортний запас, що звичайно не перевищує двох днів, оборотні кошти вкладаються на період з моменту оплати виставленого постачальником рахунку до прибуття вантажу на склад підприємства.

2. Підготовчий запас створюється на період часу, необхідного для приймання, складування та підготовки до виробничого використання матеріальних ресурсів.

3. Найбільший за розміром є поточний запас сировини (матеріалів) та інших елементів оборотних фондів (предметів праці);

Його обчислюють у межах половини середнього інтервалу між поставками певних видів матеріальних ресурсів (наприклад, за умовами договору між постачальником і споживачем передбачене надходження матеріалів один раз на місяць, то їхній поточний запас має забезпечувати 15 днів роботи).

4. Визначення резервного (страхового) запасу може здійснюватись двома способами :

- за середнім відхиленням фактичних строків поставки від передбачених договором
- за періодом, необхідним для термінового оформлення замовлення та доставки матеріалів від виробника до споживача.

#### Норматив власних оборотних коштів у виробничих запасах

##### 1. Паливо

Норматив за цим елементом розраховується для всіх видів палива, які використовуються на підприємстві, крім газу, за формулою:

$$H_{\text{пал}} = N * (B_{\text{дн}}^{\text{пал}} - B_{\text{дн}}^{\text{газ}}), \quad (3.20)$$

$$N = N_{\text{трансп}} + N_{\text{підг}} + N_{\text{пот}} + N_{\text{рез}} . \quad (3.21)$$

## 2. Матеріали

При нормуванні матеріалів оборотні кошти поділяють на дві групи:

А) Основні матеріали та матеріали, які мають у вартості продукції питому вагу 70-80 %. Норматив розраховують методом прямого рахунку, по кожному виду матеріалів з урахуванням норми запасу та одноденних витрат матеріалів.

$$N_{\text{мат}} = N * V_{\text{одн}} . \quad (3.22)$$

Б) Для другої групи норматив оборотних коштів розраховують аналітичним способом на підставі фактичних даних за звітний період.

$$N = 3^{\text{зв}} / V^{\text{зв}} . \quad (3.23)$$

де  $3^{\text{зв}}$  – середній залишок матеріалів у звітному періоді;

$V$  – одноденні витрати.

## 3. Запасні частини

Розраховується методом прямого рахунку для деталей, які мають значну питому вагу в устаткуванні.

$$N_{\text{з.ч.}} = N_{\text{з.ч.}} * (n_{\text{м}} * n_{\text{д}} * k * Ц) / T_{\text{т.с.}}, \quad (3.24)$$

де  $N_{\text{м}}$  – кількість механізмів, які мають запасні частини даного виду;

$N_{\text{д}}$  – кількість деталей в одному механізмі;

$K$  – коефіцієнт, що враховує пониження потреби в запасних частинах по однорідних деталях у зв'язку з тим, що при наявності великої кількості взаємозамінюваних та одноіменних деталей і однотипних механізмів потреби в поточних залишках запасних частин знижуються;

$Ц$  – ціна однієї деталі;

$T$  – строк служби деталей.

## 4. Малоцінні і швидкозношувані предмети

Норматив для цієї групи розраховується за формулою:

$$N_{\text{мбп}} = N_{\text{мбп}} * Ч, \quad (3.25)$$

$$N = (V_{\text{зв}} - 3_{\text{нос}}) / Ч, \quad (3.26)$$

де  $N_{\text{мбп}}$  – норма запасу МШП, у гривнях на 1 робітника;

$Ч$  – середньооблікова чисельність робітників;

$V_{\text{зв}}$  – фактична вартість МШП у звітному періоді;

$3_{\text{нос}}$  – знос МШП.

## Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві

Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві можна визначити за формулою:

$$N^{\text{ок}}_{\text{нв}} = V_{\text{д}} * T_{\text{ц}} * K_{\text{нв}}, \quad (3.27)$$

де  $V_{\text{д}}$  – середньодобовий випуск продукції за її виробничою собівартістю;

$T_{\text{ц}}$  – середня тривалість виробничого циклу у днях;

$K_{\text{нв}}$  – коефіцієнт наростання витрат (собівартість незавершеного виробництва).

Норматив оборотних коштів у інших нормованих елементах.

1. Витратах майбутніх періодів

Розраховується, виходячи з залишку коштів на початок періоду та суми витрат протягом розрахункового періоду з відрахунком величини наступного погашення витрат за рахунок собівартості продукції.

$$H_{\text{мп}} = V_{\text{поч}} + V_{\text{пл}} - V_{\text{пог.пл}}, \quad (3.28)$$

де  $V_{\text{поч}}$  – залишки коштів на початок періоду;

$V_{\text{пл}}$  – сума витрат, які слід буде зробити в плановому році;

$V_{\text{пог.пл}}$  – сума майбутнього погашення витрат за рахунок собівартості продукції.

2. Готова продукція

$$H_{\text{гп}} = V_{\text{д}} * Z_{\text{дн}}, \quad (3.29)$$

де  $V_{\text{д}}$  – одноденний випуск продукції за виробничою собівартістю;

$Z_{\text{дн}}$  – норма запасу готової продукції в днях.

3. Розрахунки зі споживачами

Комунальні підприємства авансують впродовж пільгового періоду своїх абонентів на суму одноденних доходів.

$$H_{\text{аб}} = N_{\text{л}} * Q_{\text{одн}}, \quad (3.30)$$

де  $N_{\text{л}}$  – сума пільгового строку сплати за спожиту продукцію, дн;

$Q_{\text{одн}}$  – одноденний обсяг реалізованої продукції.

Ефективність використання оборотних коштів характеризується швидкістю їхнього обертання, оборотністю.

Коефіцієнт оборотності оборотних коштів показує кількість оборотів за рік і визначається відношенням реалізованої за рік продукції (РП) до середньорічного залишку нормованих оборотних коштів ( $C_{\text{зал}}$ ):

$$K_{\text{об}} = \text{РП} / C_{\text{зал, оборотів}} \quad (3.31)$$

Коефіцієнт завантаження оборотних коштів - величина, обернена коефіцієнту оборотності:

$$K_{\text{зав}} = C_{\text{зал}} / \text{РП}. \quad (3.32)$$

Цей коефіцієнт показує, скільки оборотних коштів підприємства припадає на одну гривню реалізованої продукції.

Тривалість обороту оборотних коштів показує тривалість одного обороту оборотних коштів в днях і визначається:

$$T_{\text{об}} = T / K_{\text{об}}, \quad (3.33)$$

де  $T$  – період (360,90,30 днів)

Для характеристики економічної ефективності використання оборотних коштів може застосовуватися показник їхньої рентабельності, обчислюваний як відношення прибутку підприємства до суми його оборотних коштів.

З поміж заходів для підвищення ефективності використання оборотних коштів чинне місце належить

1. оптимізації запасів ресурсів і незавершеного виробництва
2. скороченню тривалості виробничого циклу
3. поліпшенню організації матеріально-технічного забезпечення
4. прискоренню реалізації товарної продукції.

#### **4. Нематеріальні активи**

Нематеріальні ресурси – це складова частина потенціалу підприємства, здатна забезпечувати економічну користь протягом відносно тривалого періоду. Відмінними рисами цих ресурсів є брак матеріальної основи здобування доходів та невизначеність розмірів майбутнього прибутку від їхнього використання.

Поняття “нематеріальні ресурси” використовується для характеристики сукупності об’єктів інтелектуальної власності.

Інтелектуальна власність – це юридична категорія, яка застосовується для визначення результатів творчої праці людини.



Рисунок 3.6 – Нематеріальні ресурси підприємства

### 1. Об'єкти промислової власності:

Винахід – це результат творчої діяльності людини в будь-якій галузі технології. Об'єктами винаходу можуть бути продукт і спосіб.

Корисна модель – це результат творчої діяльності людини, об'єктом якої може бути конструктивне вирішення пристрою або його складових частин.

Промисловий зразок – результат творчої діяльності людини в галузі художнього конструювання. Об'єктом такої діяльності може бути форма, малюнок, кольори або їхнє поєднання, що визначають зовнішній вигляд промислового виробу і призначені для задоволення естетичних та ергономічних потреб.

Знаки для товарів та послуг (товарні знаки) – оригінальні позначення, за допомогою яких товари та послуги одних осіб відрізняють від однорідних товарів і послуг інших осіб.

Зазначення походження товару – це словесне чи графічне позначення місця походження товару.

Фірмове найменування – це стале позначення підприємства або окремої особи, від імені якої здійснюється виробнича або інша діяльність.

Недобросовісна конкуренція – будь-які дії в конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності.

### 2. Об'єкти, що охороняються авторським правом та суміжними правами:

Твори в галузі науки, літератури, мистецтва – у будь-якій формі (письмовій, усній, образотворчій (ілюстрації, картини), об'ємно-просторовій (скульптури, моделі), в інших).

Комп'ютерна програма – об'єктивна форма подання сукупності даних та команд, призначених для забезпечення функціонування електронних обчислювальних машин.

База даних – сукупність даних, матеріалів або творів, систематизованих у формі, яку читає машина.

Топологія інтегральних мікросхем – зафіксоване на матеріальному носії просторово-геометричне розташування сукупності елементів інтегральної мікросхеми та зв'язків між ними.

### 3. Нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності:

Раціоналізаторська пропозиція – це технічне вирішення, яке є новим і корисним для підприємства, до якого воно подано.

Ноу-хау – не захищені охоронними документами та не оприлюднені знання чи досвід технічного, виробничого, управлінського, комерційного, фінансового чи іншого характеру, що можуть бути використані в наукових дослідженнях та розробках.

Комерційна таємниця – це відомості, безпосередньо пов'язані з діяльністю підприємства, які не є державними таємницями і розголошення яких може завдати шкоди інтересам підприємства.

Нематеріальні активи – це категорія, яка виникає внаслідок володіння правами на об'єкти інтелектуальної власності або на обмежені ресурси та їхнього використання в господарській діяльності з отриманням доходу.



До нематеріальних активів включають:

А) права, що з'являються внаслідок володіння підприємством:

- патентами на винаходи, корисні моделі, промислові зразки;
- свідоцтвами на знаки для товарів та послуг, найменування місця походження товару, фірмове найменування;

Б) права, що виникають унаслідок володіння підприємством об'єктами авторського права (твори науки, літератури, мистецтва, комп'ютерні програми, бази даних);

В) права на використання створених на підприємстві нетрадиційних об'єктів інтелектуальної власності (раціоналізаторських пропозицій, ноу-хау, комерційних таємниць);

Г) права на користування земельними ділянками та природними ресурсами;

Д) монопольні права та привілеї на використання рідкісних ресурсів, включаючи ліцензії на здійснення певних видів діяльності;

Ж) організаційні витрати на створення підприємства;

З) права, що з'являються внаслідок укладених підприємством з іншими організаціями ліцензійних угод на використання об'єктів інтелектуальної власності.

Право власності на винаходи, корисні моделі та промислові зразки засвідчується патентами.

Патентом називається виданий державним органом охоронний документ, який підтверджує право його власника на відповідний об'єкт промислової власності.

Правова охорона знаків для товарів і послуг, зазначення походження товару та фірмового найменування здійснюється на підставі їхньої державної реєстрації. На зареєстрований знак для товарів і послуг (зазначення походження товару, фірмове найменування) видається свідоцтво, яке засвідчує його пріоритет.

“Ноу-хау”, раціоналізаторські пропозиції, які є власністю підприємства не потребують спеціального правового захисту. Порядок їх захисту визначає керівництво підприємства.

Інші нематеріальні активи не мають спеціального правового захисту, тобто їх власники мають виключне право на їх використання.

Реалізація права власності на нематеріальні ресурси можлива або через їхнє використання самим власником, або наданням з його дозволу такого права іншій заінтересованій стороні. Така передача права використання здійснюється у формі ліцензійної угоди.

Ліцензія – дозвіл використовувати технічне досягнення або інший нематеріальний ресурс протягом певного строку за обумовлену винагороду.

Ліцензійна угода – це договір, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі тощо (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти, “ноу-хау”, товарні знаки тощо.

Оцінка вартості нематеріальних активів проводиться в певній послідовності і включає такі етапи:

1. обстеження нематеріальних активів
2. правова експертиза
3. з'ясування типу вартості, що визначається, і вибір відповідного методу (методів) оцінки вартості
4. формування інформаційної бази для проведення оцінки
5. розрахунки вартості нематеріальних активів за вибраними методами
6. підготовка звіту про оцінку

Оцінка нематеріальних активів необхідна за таких обставин:

- приватизація або відчуження нематеріальних активів державою;
- включення об'єктів інтелектуальної власності до статутного фонду;
- визначення майнових частин у статутному фонді за злиття або поділ організацій;
- оцінка та переоцінка нематеріальних активів з метою повного обліку всіх активів підприємства;
- розв'язання питань щодо купівлі (продажу) прав на об'єкти інтелектуальної власності;
- здійснення фінансової звітності підприємств;
- оцінка застави під отримуваний кредит;
- визначення збитків від порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності;
- організація франчайзингу тощо.

Використовувані на практиці підходи до оцінки вартості нематеріальних активів орієнтовано переважно на міжнародні стандарти оцінки майна (МСО). Ці стандарти були розроблені Міжнародним комітетом зі стандартів оцінки майна (ТІЛУЯС) і набрали чинності з 1994 р.

Оцінка вартості нематеріальних активів проводиться в певній послідовності і включає такі етапи

- 1) обстеження нематеріальних активів;
- 2) правова експертиза;
- 3) з'ясування типу вартості, що визначається, і вибір відповідного методу (методів) оцінки вартості;
- 4) формування інформаційної бази для проведення оцінки;
- 5) розрахунки вартості нематеріальних активів за вибраними методами;
- 6) підготовка звіту про оцінку.

Звіт (або акт) про оцінку вартості нематеріальних активів - це офіційний документ, який складається в установленому порядку за результатами оцінки і містить:

- вступ, що в ньому викладено мету оцінки, підстави для проведення оцінки, відомості про оцінювача, зазначено дату оцінки;
- опис об'єктів інтелектуальної власності, що оцінюються, відомості щодо їхньої правової охорони, дані про строки, регіони та сфери дії прав;

- характеристику видів вартості конкретних об'єктів інтелектуальної власності;
  - обґрунтування методу оцінки;
  - аналіз зібраної інформації з посиланням на джерела її отримання;
- повний розрахунок оцінки вартості нематеріальних активів, а також обмеження щодо застосування отриманого результату; інші потрібні відомості щодо оцінки.

За визначення вартості окремих об'єктів інтелектуальної власності та нематеріальних активів в цілому, так само, як і в процесі оцінки іншого майна підприємства, відповідно до міжнародних стандартів оцінки використовують три основні підходи: витратний, прибутковий (дохідний), ринковий .

Дуже поширеним на практиці є *витратний підхід*, який полягає у розрахунку витрат на відтворення нематеріальних активів.

Відповідно до *методу початкових витрат* вартість нематеріальних активів визначається за бухгалтерською звітністю підприємства за кілька останніх років. При цьому увага звертається на величину таких витрат і термін створення активів.

Ідея *методу вартості заміщення* полягає в тому, що максимальна вартість певного нематеріального активу визначається мінімальною ціною, яку необхідно заплатити за придбання активу аналогічної корисності або аналогічної споживної вартості.

Найбільш прийнятним способом розрахунку вартості унікальних нематеріальних активів є *метод відновної вартості*. Відновна вартість активу визначається як сума витрат, необхідних для створення нової точної копії оцінюваного активу. Звичайно, розрахунки таких витрат мають ґрунтуватися на сучасних цінах на сировину, матеріали, комплектуючі вироби та на середньогалузеву вартість робочої сили відповідної кваліфікації.

*Прибутковий (дохідний) підхід* виходить із передбачення, що економічна цінність конкретного активу на поточний момент обумовлена розміром доходів, які сподіваються отримати з цього активу в майбутньому. Інакше кажучи, вартість об'єкта може бути визначена як його здатність давати прибуток у майбутньому. Прибутковий підхід реалізується за допомогою методів: капіталізації прибутків, дисконтування майбутніх грошових прибутків, залишкових прибутків.

*Ринковий підхід* до оцінки вартості нематеріальних активів реалізується за допомогою методу порівняльного аналізу продажу та методу звільнення від роялті.

*Метод порівняльного аналізу* продажу передбачає порівняння об'єкта інтелектуальної власності, що оцінюється, з вартістю аналогічних об'єктів, які були реалізовані на ринку .

Нематеріальні активи підприємства також підлягають амортизації . Норму амортизаційних відрахувань установлює підприємство залежно від строку використання окремого виду нематеріальних активів. Стосовно нематеріальних активів, щодо яких неможливо встановити період

використання, норма амортизації визначається в розрахунку на 10 років, тобто 10%.

Методика оцінки вартості інтелектуальної власності розробляється для відповідного об'єкта під конкретного замовника, оскільки потреба у такій оцінці виникає, як правило, у зв'язку з відчуженням відповідних виключних або невиключних прав.

З прийняттям Закону України "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні" визначені правові засади здійснення оцінки майна, майнових прав та професійної оціночної діяльності в Україні, її державного та громадського регулювання, забезпечення створення системи незалежної оцінки майна з метою захисту законних інтересів держави та інших суб'єктів правовідносин у питаннях оцінки майна, майнових прав та використання їхніх результатів.

Дохідний підхід передбачає, що ніхто не вкладатиме свій капітал у придбання того чи іншого об'єкта нематеріального характеру, якщо такий самий дохід можна отримати будь-яким іншим способом.

На практиці в кожному об'єкті техніки (технології), як правило, одночасно використовується декілька об'єктів інтелектуальної власності (винаходи, ноу-хау та інші рішення). На кожний об'єкт припадає лише відповідна частка вартості прав на весь об'єкт техніки (технології) в цілому. Тому, використовуючи дохідний підхід, перш за все необхідно визначити розмір частки участі кожного конкретного суб'єкта інтелектуальної вартості в загальному прибутку (доході).

Витратний підхід побудований на припущенні, що потенційний покупець, володіючи відповідною інформацією про предмет купівлі, не заплатить за нього більше, ніж за інший об'єкт у складі нематеріальних активів тієї ж корисності. Передбачається визначення витрат на відтворення первісної вартості об'єкта інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів підприємства з урахуванням його подальших поліпшень чи його заміни за вирахуванням обґрунтованої поправки на суму амортизації за період використання оцінюваного об'єкта з метою встановлення його реальної вартості. Для об'єктів нематеріального характеру властивий строковий і моральний знос.

Основними методами, що реалізують витратний підхід, є метод визначення початкових витрат, метод вартості заміщення та метод відновлюваної вартості. Вартість інтелектуальної власності, що визначається за методом визначення початкових витрат, має назву історичної, оскільки вона передусім базується на фактично здійснених витратах згідно з бухгалтерською звітністю підприємства за кілька років.

При оцінці інтелектуальної вартості за методом вартості заміщення використовують принцип заміщення, згідно з яким максимальна вартість власності визначається мінімальною ціною, яку потрібно заплатити при купівлі об'єкта, еквівалентного за функціональними можливостями і варіантами його використання або такого, що має аналогічну споживчу вартість.

Метод відновлюваної вартості є найбільш прийнятним для розрахунку вартості прав на унікальні об'єкти інтелектуальної власності. Відновлювана вартість об'єкта інтелектуальної власності визначається як сума витрат, необхідних для створення нової, точної копії оцінюваного об'єкта на підставі сучасних цін на сировину, матеріали, енергоносії, комплектуючі витрати тощо.

Ринковий підхід до оцінки вартості інтелектуальної власності передбачає використання методу порівняльних продаж. Суть цього методу полягає у прямому порівнянні оцінюваного об'єкта з іншими, аналогічними за якістю, призначенням і корисністю, що були продані в порівняний час на аналогічному ринку. Основними умовами застосування цього методу є: наявність відомостей про факти продажу інтелектуальної власності подібного призначення і корисності (об'єктів-аналогів); уміння оцінити вплив відмінних особливостей таких об'єктів та їхню вартість; доступність та достовірність інформації про ціни та умови угод за об'єктами-аналогами.

У цьому разі ринкова вартість оцінюваного об'єкта визначається ціною, яку може сплатити покупець типовому продавцю інтелектуальної власності на дату оцінки за аналогічний за якістю, призначенням і корисністю об'єкт на даному ринку з урахуванням відповідних коригувань, що враховують відмінності між оцінюваним об'єктом і його аналогом.

## ***Тема 2.4 Фінансові ресурси підприємства***

1. Фінансові ресурси підприємства: сутність, склад, класифікація та джерела формування
2. Кругообіг фінансових ресурсів підприємства в процесі формування його капіталу

### ***1. Фінансові ресурси підприємства: сутність, склад, класифікація та джерела формування***

Основною складовою фінансів підприємств є фінансові ресурси, а також отримання і розподіл доходів з метою забезпечення відтворення виробництва.

Фінансові ресурси підприємства - це вчасні і залучені кошти, які використовуються для забезпечення його ефективної господарської діяльності.

Основна їх частина формується із доходів підприємства. Вони спрямовуються на відтворювальні процеси, а також на забезпечення всіх видів соціально-економічної діяльності підприємства.

Фінансові ресурси - сукупність коштів, що перебувають в розпорядженні підприємства і є джерелом його виробничого й соціального розвитку.

До фінансових ресурсів належать: статутний капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування, забезпечення подальших витрат і платежів, довготермінові і короткотермінові кредити банків, кредиторська заборгованість усіх видів (зі страхування, за авансами

одержаними, за векселями виданими з оплати праці, за розрахунками з бюджетом, учасниками).

Фінансові ресурси підприємства виконують роль сполучної ланки між окремими циклами відтворювального процесу. Порушення їх функціонування негативно впливає на виробництво. Брак ресурсів зумовлює порушення процесів виробництва, а їх відсутність призводить до його припинення. Наявність достатніх доходів створює передумови для нормального функціонування відтворювального процесу, але ще не гарантує його, оскільки все залежить від їх раціонального розподілу та ефективного використання.

Фінансові ресурси підприємств спрямовуються на формування основних засобів і оборотних коштів. За рахунок фінансових ресурсів здійснюються витрати підприємств на виробництво та реалізацію товарів, робіт і послуг, а також інші витрати, пов'язані з діяльністю підприємства. У процесі здійснення витрат виникають вихідні грошові потоки - оплата рахунків постачальників і підрядників за товари, роботи і послуги, страхові платежі. Фінансові ресурси підприємства характеризують фінансовий потенціал підприємства, тобто його можливості у проведенні витрат з метою отримання доходу.

Фінансові ресурси підприємства формуються за рахунок власних та зовнішніх джерел. Власні ресурси концентруються у статутному фонді. Джерела утворення статутного фонду залежать від форми власності:

- приватна - власний капітал;
- акціонерна - акціонерний капітал;
- колективна (спільна) - внески засновників;
- державна - асигнування з бюджету та з централізованих фондів.

Зовнішніми джерелами фінансових ресурсів підприємств є кошти, що надходять з бюджету, цільових та централізованих корпоративних фондів, як правило, на безповоротній основі, а також кредити, що надаються банками за плату на поворотній основі.

Фінансові ресурси класифікуються за такими ознаками:

- за кругообігом розрізняють початкові фінансові ресурси, тобто ті, з якими підприємство починає свою діяльність і які концентруються у статутному фонді, і прирощені-отримані підприємством у результаті його діяльності у формі чистого доходу - прибутку;

- за характером використання виділяють матеріалізовані фінансові ресурси - вкладені в основні засоби, які постійно забезпечують виробничий процес, і ті, що перебувають в обігу, обслуговуючи окремий виробничий цикл - оборотні кошти. Оскільки основні засоби постійно зношуються, то для їх оновлення встановлені амортизаційні відрахування, що є формою цільових фінансових ресурсів;

- за правом власності фінансові ресурси поділяються на власні кошти підприємницької структури (залежно від форми власності це приватний, пайовий чи акціонерний капітал), надані безоплатно державою з бюджету чи фондів цільового призначення або корпоративними формуваннями з централізованих фондів та позичені - отримані у вигляді кредитів.

Конкретними видами фінансових ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємств, є: амортизаційні відрахування, оборотні кошти, прибуток, бюджетні асигнування, надходження з цільових фондів, надходження з централізованих корпоративних фондів, кредити. Водночас треба зазначити, що прибуток, бюджетні асигнування, надходження з цільових і корпоративних фондів - це не стільки ресурси, скільки джерела їх формування. Вони можуть бути спрямовані як на забезпечення потреб виробництва, так і на невиробничі потреби. Так, наприклад, прибуток може бути капіталізованим (поповнення статутного фонду) або витраченим на фінансування соціальних витрат чи на виплату премій.

## ***2. Кругообіг фінансових ресурсів підприємства в процесі формування його капіталу***

Фінансові відносини підприємств охоплюють обмінні та розподільчі відносини, що реалізуються в різноманітних грошових потоках. Із руху грошей розпочинається і завершується кругообіг коштів підприємства, оборот його капіталу. Підсумки фінансової діяльності відображаються у фінансових результатах — прибутках чи збитках. У такий спосіб формується ланцюг, який відображає механізм фінансової діяльності підприємств: фінансові ресурси -- витрати -- доходи -- фінансові результати -- збільшення (зменшення) фінансових ресурсів.

Початкові фінансові ресурси, які формують статутний фонд, спрямовуються в основні засоби та оборотні фонди. У процесі використання основних засобів формується такий вид фінансових ресурсів, як амортизаційні відрахування. Забезпечення формування оборотних фондів здійснюється за рахунок оборотних коштів.

Амортизаційні відрахування являють собою специфічний вид цільових фінансових ресурсів. У кругообігу коштів вони відображають перенесену на готову продукцію вартість основних засобів, їх знос у процесі експлуатації. В цьому контексті - це витрати підприємства в даному виробничому циклі. Водночас у виручці від реалізації ця сума розглядається як цільовий дохід, призначений для простого відтворення основних засобів. Саме з цих позицій амортизаційні відрахування є фінансовими ресурсами підприємства, призначеними для відтворення зношених у процесі виробництва основних засобів. По суті це поетапне повернення початкових фінансових ресурсів, вкладених в основні засоби, які можуть використовуватись у поточному році.

Капітал і його характеристика та принципи формування як складової ресурсів підприємства

Капітал - загальна вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формі, які авансовані у формування активів підприємства.

Капітал складається із власного капіталу і зобов'язань. Зобов'язання, у свою чергу, поділяються на довгострокові і короткострокові (поточні).

Власний капітал є частиною капіталу в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань. Зобов'язання означають заборгованість підприємства, що виникла в наслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди. Зобов'язання поділяються на довгострокові та поточні. До поточних відносяться ті зобов'язання, які будуть погашені упродовж операційного циклу діяльності підприємства або мають бути погашені упродовж дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу. До поточних зобов'язань належать:

- короткострокові кредити банків;
- поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями;
- короткострокові векселі видані;
- кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги;
- поточна заборгованість за розрахунками з одержаних авансів, за розрахунками з бюджетом, за розрахунками з позабюджетних платежів, за розрахунками зі страхування, за розрахунками з оплати праці, за розрахунками з учасниками, за розрахунками із внутрішніх розрахунків;
- інші поточні зобов'язання.

Довгострокові зобов'язання - це всі зобов'язання, які не є поточними зобов'язаннями.

До них належать:

- довгострокові кредити банків;
- інші довгострокові фінансові зобов'язання; У відстрочені податкові зобов'язання;
- інші довгострокові зобов'язання.

Отже, капітал підприємства є динамічною величиною, яка змінюється під впливом сукупності чинників економічного і фінансового спрямування в процесі його діяльності. Крім цього співвідношення складових капіталу має бути оптимальним, тобто сприяти ефективному функціонуванню підприємства.

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3**

## **ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ЙОГО СТАНУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

### **Розділ 4 Економічні результати господарсько-фінансової діяльності підприємства**

#### ***Тема 3.1 Поточні витрати підприємства та собівартість продукції.***

1. Витрати, класифікація витрат
2. Калькулювання собівартості продукції (робот, послуг).



## ***1. Витрати, класифікація витрат***

Працюючи в ринкових умовах, керівництво підприємства завжди стоїть перед вибором оптимальних рішень стосовно ціни реалізації, номенклатури, обсягу виготовлюваної продукції, інвестиційної політики, обсягів витрат ресурсів

Планування витрат — це визначення цілей підприємства та його підрозділів у формі постановки виробничих завдань і вибору засобів для їх виконання. Плани конкретизують у кошторисах, які відображають витрати в грошовій формі. Отже, планування витрат полягає у виявленні складу витрат та їх кількісної оцінки.

Усі витрати підприємства під час планування поділять на одночасні та поточні.

Одночасні витрати здійснюють у формі інвестицій та різних інноваційних заходів, пов'язаних з розширенням виробництва, заміною основних фондів, реконструкцією тощо.

Поточні витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції, робіт, послуг, також набувають форми витрат. Крім них підприємство платить податки, відрахування, штрафи, пені, витрачає кошти на соціальні потреби членів трудового колективу.

Сума зазначених витрат, виражена в грошовій формі за певний період часу, створює витрати підприємства.

Складовою витрат підприємства є собівартість продукції.

Собівартість продукції — це виражені в грошовій формі витрати на споживані під час виготовлення продукції засоби виробництва, оплату праці робітників, послуги інших підприємств, витрати на реалізації продукції, а також витрати на управління й обслуговування виробництва.

Собівартість є одним з найважливіших економічних показників господарської діяльності підприємства, одним з основних показників якості його роботи.

Собівартість продукції — це грошова форма витрат на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції.

Відображаючи рівень витрат на виробництво, собівартість комплексно характеризує ступінь використання всіх ресурсів підприємства, а отже, і рівень техніки, технології та організації виробництва.

Собівартість продукції є комплексним показником, у якому відображено велику кількість факторів, що впливають на її рівень. Усі фактори можна поділити на зовнішні, тобто ті, які перебувають поза підприємством, та внутрішнього порядку.

До зовнішніх належать:

- зміна цін на матеріали, напівфабрикати, інструмент, паливо, енергію, які підприємство отримує від сторонніх підприємств;

- зміна встановлених розмірів мінімальної заробітної плати, а також різного роду обов'язкових внесків, відрахувань і нарахувань на заробітну плату

(наприклад, соціальне страхування);

- зміна тарифів на перевезення вантажів;
- інші.

Основними внутрішніми факторами є:

- підвищення продуктивності праці;
- зниження трудомісткості продукції;
- зниження матеріаломісткості продукції;
- ліквідація втрат від браку.

В собівартість продукції (послуги) включають наступні витрати:

- дослідження ринку;
- виявлення потреби в продукції на ринку;
- підготовка та освоєння нової продукції (послуги) на ринку;
- виробництво, включаючи витрати на сировину, матеріали, енергію, амортизацію основних фондів і нематеріальних активів, оплату праці персоналу;
- обслуговування виробничого процесу та управління ним;
- збут продукції;
- охорона природних ресурсів;
- набір, підготовка, перепідготовка кадрів;
- поточна раціоналізація виробництва.

Класифікація витрат:

1. за ступенем залежності від обсягу виробництва

- постійні витрати
- змінні витрати

2. за методом віднесення до собівартості одиниці продукції

- прямі витрати
- непрямі витрати

3. за участю в технологічному процесі

- основні витрати
- накладні витрати

2. за участю у виробничому процесі

- виробничі витрати
- позавиробничі витрати

3. за місцем утворення

- витрати структурного підрозділу
- витрати підприємства в цілому

4. за ступенем однорідності

- одноелементні статті витрат
- комплексні статті витрат

5. за економічними елементами

- матеріальні витрати
- витрати на оплату праці
- відрахування на соціальні заходи
- амортизація основних фондів

- інші витрати
- 6. за конкретними видами витрат
  - сировина та матеріали
  - паливо для використання з технологічною метою
  - енергія для використання з технологічною метою
  - покупні ресурси
  - роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та організацій
  - зворотні відходи
  - витрати на оплату праці
  - відрахування на соціальні заходи
  - витрати, пов'язані з підготовкою і освоєнням нових потужностей виробництва
  - витрати на утримання і експлуатацію машин та устаткування
  - загальновиробничі витрати
  - загальногосподарські витрати
  - комерційні витрати.

## ***2. Калькулювання собівартості продукції (робот, послуг)***

У процесі формування собівартості вирішують низку завдань, серед яких основними є:

- розрахунок вартості необхідних ресурсів;
- обчислення собівартості виробництва кожного виду продукції та її рентабельності. Це є критерієм нижнього рівня ціни та умовою формування виробничої програми;
- визначення загальної величини витрат на виробництво запланованих обсягів виробів.

Вихідними даними для формування витрат є:

- планові обсяги виробництва продукції в натуральному та вартісному вираженні;
- норми витрат матеріальних ресурсів для виробництва продукції та розрахунок потреби в ресурсах у натуральному вираженні;
- ціни на матеріально-технічні ресурси, необхідні для виробництва, та ціни на послуги виробничого характеру сторонніх організацій;
- норми затрат праці, розрахунки чисельності та професійного складу робітників, умови оплати їхньої праці, що визначаються контрактом та колективними угодами;
- економічні нормативи: норми амортизаційних відрахувань, відрахувань на соціальні заходи, податків, обов'язкових платежів, передбачених законодавством;
- плани організаційно-технічних заходів, економії матеріальних ресурсів, поліпшення використання праці.

Калькулювання собівартості являє собою визначення витрат за статтями собівартості.

Об'єктом калькулювання є продукція чи послуги, чия собівартість обчислюється. Калькуляційною одиницею є одиниця кількісного виміру продукції (робот, послуг).

Калькуляція на підприємствах складається за статтями:

#### *1. Сировина і матеріали.*

До цієї статті належать такі витрати:

- на сировину,
- на основні і допоміжні матеріали,
- на куповані вироби та напівфабрикати.

Усі ці витрати можна обчислити на одиницю продукції (робот, послуг) виходячи з норм і цін.

$$S_m = \sum M_n * C_m - \sum M_{\text{відх}} * C_{\text{р.відх}}. \quad (4.1)$$

де  $M_n$  - норма витрат матеріалу на одиницю продукції (послуги);

$C_m$  – ціна придбання сировини і матеріалів;

$M_{\text{відх}}$  – витрати сировини і матеріалів, що пішли у відходи;

$C_{\text{р.відх}}$  – ціна реалізації відходів сировини і матеріалів.

#### *2. Енергія технологічна*

Ця стаття охоплює витрати на всі види енергії, необхідної для виробництва продукції (послуги):

- паливо,
- електроенергію,
- пару,
- газ.

$$S_{\text{ен}} = \sum S_{\text{н. ен}} * C_t, \quad (4.2)$$

де  $S_{\text{н. ен}}$  – норми витрат енергії;

$C_t$  – ціна-тариф на застосування енергії.

#### *3. Основна та додаткова заробітна плата виробничих робітників*

До цієї статті належать витрати на оплату праці робітників, які безпосередньо виготовляють продукцію (послуги). Величина таких витрат обчислюється згідно з нормами витрат часу на виконання технологічних операцій і тарифними ставками або відрядними розцінками на операції та виготовлення одиниці продукції. До цієї статті також належать доплати і надбавки робітникам за кваліфікацію, за перевиконання плану, за роботу у святкові і вихідні дні, за виконання державних обов'язків, оплата відпусток.

#### *4. Утримання та експлуатація машин і механізмів.*

Стаття є комплексною. Вона охоплює витрати на :

- амортизаційні відрахування на відтворення машин і устаткування ( $A_{м.уст.}$ );
- електроенергію, пальне, мастильні матеріали для машин та устаткування ( $C_{ел.}$ );
- придбання технологічного інструменту, запасних частин та агрегатів для устаткування ( $C_{інс.}$ );
- ремонт та технологічне обслуговування ( $C_{р.т.о.}$ );
- заробітну плату обслуговуючому персоналу ( $C_{з.н.об.}$ ).

$$S_{екс} = A_{м.уст.} + C_{ел.} + C_{інс.} + C_{р.т.о.} + C_{з.н.об.} \quad (4.3)$$

5. *Загальновиробничі (накладні) витрати*

Стаття являє собою комплексну статтю до якої входять витрати на:

- управління, виробниче і господарське обслуговування в межах виробництва;
- заробітну плату з відрахуваннями на соціальні потреби працівників управління, спеціалістів, службовців;
- амортизаційні відрахування по будівлях і спорудах;
- охорону праці;
- техніку безпеки, охорону, протипожежну охорону;
- дослідження, випробування, винахідництво;
- підготовку кадрів, адміністративні та канцелярські витрати;
- відрядження;
- обов'язкові платежі (страхування майна, платежі за забруднення навколишнього середовища);
- придбання патентів, ліцензій тощо.

Розподіляються накладні витрати пропорційно основній заробітній платі виробничих робітників, крім амортизаційних відрахувань. Вони обчислюються окремо і додаються до визначеної суми.

$$S_{накл} = q * S_{з.н.осн} + A_{б.с.}, \quad (4.4)$$

де  $q$  – відсоток загальновиробничих витрат у заробітній платі основних виробничих робітників;

$S_{з.н.осн}$  – витрати на основну заробітну плату виробничих робітників на одиницю продукції (послуг);

$A_{б.с.}$  – амортизаційні відрахування по будівлях і спорудах на їх повне оновлення.

6. *Підготовка й освоєння виробництва.*

До цієї статті належать витрати:

- освоєння нових підприємств, виробництв, цехів;
- підготовку та освоєння нової продукції (послуги);
- підготовчі

Особливу увагу звертають на: наднормативні витрати сировини та матеріалів, палива, енергії, доплат робітникам за відхилення від нормативних

умов праці; витрати від простоювання машин і агрегатів, аварій, браку; зміни витрат щодо постачання комплектуючих виробів; порушення технології.

На цій підставі виявляють внутрішньовиробничі резерви та розробляють організаційно-технічні заходи щодо підвищення економічної ефективності виробництва.

Результати планових розрахунків виражають показниками абсолютної величини, відносного рівня й динаміки витрат, що обчислюються для одиниці або до загального обсягу випуску певного виду продукції та продукції, що реалізується.

Абсолютну величину витрат на виробництво продукції визначають її сумою на плановий або звітний період.

Відносний рівень витрат — відношення витрат до обсягу продукції. Показником відносного рівня витрат різномірної продукції є витрати на 1 грн товарної продукції. Розраховують його діленням загальної суми витрат на обсяг продукції у вартісному виразі.

Собівартість продукції формують у такій послідовності:

- складають кошторис витрат і калькують собівартість продукції та послуг цехів виробничої інфраструктури;

- складають кошториси: витрат, пов'язаних з підготовкою та освоєнням виробництва продукції; відшкодування зносу спеціального інструменту та пристроїв спеціального призначення; загальновиробничих витрат за цехами основного виробництва з подальшим узагальненням їх по підприємству; адміністративних витрат; витрат на збут продукції; інших операційних витрат;

- калькують собівартість одиниці продукції за видами;

- розраховують собівартість усієї товарної продукції та продукції, що реалізується;

- складають зведений кошторис витрат на виробництво.

На підприємствах використовують ряд методів калькуляції, або розрахунків собівартості. Застосування того чи іншого методу залежить від характеру виробів, особливостей організації та технології їх виробництва.

Залежно від прийнятого методу розподілу витрат у теорії та практиці використовують такі методи:

- метод загальної калькуляції (нормативний) — на підставі чинних у даний період прогресивних нормативів і норм витрат економічних ресурсів на одиницю продукції та інших ринкових показників;

- метод позамовної та попроцесної калькуляції;

- метод величини покриття.

Розглянемо найпоширеніші методи в практиці роботи підприємств.

Метод загальної калькуляції (нормативний) передбачає розподіл як змінних, так і постійних витрат на одиницю продукції. Цей метод залишається основним методом калькулювання продукції

Метод позамовної калькуляції застосовують тоді, коли об'єктом калькулювання й обліку є окреме індивідуальне замовлення, окремий контракт або партія продукції, яка складається з ідентичних зразків, що проходять

однаковий технологічний процес виготовлення. Цей метод калькулювання й обліку використовують в одиничному та дрібносерійному виробництві.

Метод попроцесної калькуляції передбачає групування витрат за виробничими процесами або підрозділами за основними статтями витрат, які охоплюють вартість матеріальних і трудових ресурсів та загальновиробничих витрат. Попроцесну калькуляцію застосовують у таких галузях: хімічній, паперовій, виробництво будматеріалів, скла, текстильних виробів тощо. За застосування цього методу здійснюють калькулювання за статтями витрат в розрізі видів або груп продукції за процесами.

Метод величини покриття полягає в тому, що калькуляції, за окремими видами продукції, складають тільки за змінними витратами. Постійні витрати вважають витратами поточного періоду, їх не відносять на собівартість, не розподіляють між виробами (об'єктами калькулювання), а прямо відносять на результати господарської діяльності. Визначення собівартості готової продукції здійснюють тільки за змінними витратами.

За цього методу калькулювання формується новий показник результатів діяльності — маржа за змінною собівартістю, яка визначається як різниця між вартістю реалізованої продукції та змінними витратами (маржинальний прибуток і є величиною покриття, він складається з постійних витрат і прибутку).

### ***Тема 3.2 Доходи та цінова політика підприємства***

1. Доходи підприємства та їх класифікація
2. Поняття та зміст ціни
3. Цінова політика підприємства

#### ***1. Доходи підприємства та їх класифікація***

Головний зміст фінансової діяльності підприємства полягає в належному забезпеченні фінансування. Відповідно до джерел коштів фінансування поділяється на внутрішнє та зовнішнє.

Внутрішнє фінансування здійснюється за рахунок коштів, одержаних від діяльності самого підприємства:

- прибуток,
- амортизаційні відрахування,
- виручка від продажу чи здавання в оренду майна.

Зовнішнє фінансування використовує кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства:

- внески власників у статутний капітал,
- кредит,
- зобов'язання боржників, державні субсидії.

Дохідність підприємства є одним із найголовніших показників, які відображають його фінансовий стан. Такий показник визначає мету підприємницької діяльності.

Основний результат діяльності підприємства визначається за допомогою цілого ряду показників, які поділяються на абсолютні та відносні.

До абсолютних показників відносять дохід, прибуток підприємства, а до відносних – рентабельність підприємства.

Дохід підприємства – є виручка підприємства від реалізації продукції, послуг та виконання робіт без урахування податку на додану вартість та акцизного збору.

Загальна сума доходу визначається за формулою:

$$\sum D_i = D_1 + D_2 + D_3 \quad (4.5)$$

де  $D_1$  – дохід від реалізації продукції, робіт, послуг;

$D_2$  – дохід від позареалізаційних операцій;

$D_3$  – дохід від іншої реалізації.

Дохід підприємства є фінансовим результатом, та є джерелом покриття витрат на здійснення діяльності підприємством.

Дохід класифікується наступним чином:

- Дохід від реалізації;
- Інші операційні доходи;
- Дохід від участі в капіталі;
- Інші фінансові доходи;
- Інші доходи;
- Надзвичайні доходи;

Дохід від реалізації продукції, робіт, послуг відображає загальний дохід (виручку) від реалізації:

- товарної продукції;
- товарних послуг;
- нетоварних послуг структурних підрозділів, що не відносяться до промислової діяльності.

До інших операційних доходів відносяться: доходи від реалізації іноземної валюти; доходи від реалізації інших оборотних активів (виробничих запасів, малоцінних предметів і ін.); доходи від операційної оренди активів (майна); доходи від операційної курсової різниці по операціях в іноземній валюті; суми отриманих штрафів, пені, неустойок і інших санкцій за порушення господарських договорів, по яким отримані рішення суду, арбітражного суду про їхнє стягнення; доходи від списання кредиторської заборгованості, по якій минув термін позовної давності; відшкодування раніше списаних активів (надходження боргів, списаних у якості безнадійних); суми отриманих грантів і субсидій; інших доходів від операційної діяльності.



До складу доходу від участі в капіталі включається дохід від інвестицій, здійснених в асоційовані, дочірні чи спільні підприємства, облік яких ведеться по методу участі в капіталі.

До інших фінансових доходів відносяться доходи, що виникають у ході фінансової діяльності підприємства, зокрема дивіденди від підприємств, що не є асоційованими, дочірніми і спільними; відсотки по облігаціях і інших цінних паперах; інші доходи від фінансової діяльності.

В інші доходи включаються: дохід від реалізації фінансових інвестицій; дохід від реалізації необоротних активів; дохід від реалізації майнових комплексів; дохід від неопераційної курсової різниці; дохід від безоплатно отриманих активів; інші доходи, що виникають у процесі звичайної діяльності, але не зв'язані з операційною діяльністю підприємства.

Надзвичайні доходи - доходи, що виникли внаслідок надзвичайних подій (стихійних лих, пожеж, техногенних аварій і т.п.). До них відносяться: відшкодування втрат від надзвичайних подій, включаючи відшкодування витрат на попередження втрат від стихійних лих і техногенних аварій; доходи від інших чи подій операцій, що відповідають визначенню надзвичайних подій.

Важливим чинником успішної діяльності підприємства є постійне зростання його доходів, що дозволяє здійснювати відтворювальні процеси

У процесі діяльності підприємства формуються доходи, витрати і фінансові результати.

Під доходами розуміють збільшення економічних вигід у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань, що приводять до зростання величини власного капіталу підприємства (за винятком його змін, що здійснюються внаслідок проведення додаткових внесків власників).

Усі доходи поділяються на декілька груп: доходи від операційної діяльності; фінансові доходи; інші доходи від операційної діяльності та надзвичайні доходи.

Фінансово-економічний механізм формування доходів і витрат підприємств – це сукупність відносин, які виникають у сфері формування операційних, інвестиційних та фінансових доходів, які підлягають розподілу на аналогічні витрати під впливом фінансових інструментів та стимулів.

## ***2. Поняття та зміст ціни***

Ціна – грошове визначення вартості товару, показник її величини.

Ціна – грошове вираження вартості товару, грошова сума, яка стягується за конкретний товар.

Ціна – це грошовий вираз вартості товару (продукції послуги). Вона завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці..

Ціна являє собою економічну категорію, що означає суму грошей, за якою продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар.

Ціна – це сума цінностей, які споживач обмінює (віддає) у вигляді винагороди за можливість володіти чи користуватися продуктом чи послугою.

Сучасні фахівці визначають «ціну» як економічну категорію.

Ціна - це сума грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар. Ціноутворення - це процес формування цін на товари і послуги.

Треба також завжди враховувати, що існують дві точки зору на ціну:

Для виробника ціна – кількість витрат на виробництво товарів (послуг), об'єм проданих товарів (послуг) та чистий прибуток;

Для споживача ціна – доступність, кількість та якість придбаного товару, задоволених потреб.

Ціна є однією з найбільш складних економічних категорій. Для її правильного розуміння необхідно мати ясне уявлення про те, що лежить у її основі, які об'єктивні закони діють на процеси ціноутворення і руху цін.

Ціна - це грошове вираження вартості товару. В умовах товарного виробництва і обороту продукти праці виробляються і реалізуються як товари. Ціна кожного окремого товару не обов'язково збігається з вартістю: вона може відхилятися вгору і униз від вартості в залежності від попиту та пропозиції на даний товар. У ринкових коливаннях цін навколо вартості виявляється чинність закону вартості - економічного закону товарного виробництва. Закон вартості спонукає товаровиробників звертати увагу на суспільно необхідні витрати праці і намагатися їх знизити, регулює розподіл суспільної праці і засобів виробництва між галузями народного господарства.

Існує кілька теорій вартості: теорія трудової вартості; теорія попиту та пропозиції; теорія граничної корисності.. Теорія трудової вартості відірвана від ринку і ціни, тому що вартість суспільно необхідних витрат праці без обліку попиту та пропозиції нічого не виражає.

В умовах ринкової економіки в основі ціноутворення лежить теорія альтернативної вартості, що поєднує розглянуті теорії в єдину теорію вартості. Суть її така: перш ніж придбати товар, покупець стоїть перед необхідністю ухвалення альтернативного рішення, який товар вибрати з безлічі пропонованих на ринку. Якщо купити один з них, він відмовляється від інших. Вартість купленого товару являє собою альтернативну вартість. Покупець оцінює товар з погляду своїх інтересів і можливостей.

У той же час альтернативна вартість впливає на пропозицію даного товару, тому що товаровиробник заради організації його виробництва й одержання прибутку відмовився від інших благ.

Ціна повинна відбивати інтереси як виробників, так і споживачів товарів: виробнику - відшкодування витрат з визначеною прибутковістю, а споживачу - економічну вигоду від експлуатації даного товару.

Ціна виконує різні економічні функції: облікову, розподільчу, стимулюючу і регулюючу.

Облікова функція забезпечує еквівалентність обміну, тобто виторг від реалізації продукції (робіт, послуг) за інших рівних умов забезпечує відшкодування витрат на виробництво і реалізацію, а також утворення прибутку

в розмірі, що дозволяє удосконалювати і розвивати виробництво, підвищувати життєвий рівень працівників. Цю функцію ціни виконують завжди. Знаючи, у що обходиться та чи інша продукція, можна за допомогою цін порівнювати різні її види, а також виражати в грошовому вимірі будь-яку кількість продукції і послуг.

Розподільча (чи перерозподільча) функція складається в розподілі доходу між виробниками і споживачами. Якщо ціна товару вище його вартості, то виробник відшкодовує свої витрати і дістає прибуток. Якщо ж ціна нижче вартості, то виробник працює собі в збиток. Споживач, використовуючи продукцію, також має різну економічну вигоду.

Отже, розподільча функція ціни виражає напрямок розподілу - на користь виробника чи споживача. Іншими словами, у результаті відхилення цін від вартості національний дохід перерозподіляється між накопиченням і споживанням. Задачі перерозподілу національного доходу у визначених економічних, соціальних чи політичних цілях може успішно вирішувати податкова система. Тому необхідно поступово звільняти ціни від цієї функції і передавати її виконання податковій системі.

Стимулююча функція полягає в тому, що підвищені ціни стимулюють підприємства до випуску прогресивних і дефіцитних видів продукції, а знижені - до зняття з виробництва застарілої продукції.

Регулююча функція виражається в балансуванні попиту та пропозиції. Якщо немає можливості досягти відповідності попиту та пропозиції зміною обсягу виробництва чи це недоцільно, використовується інструмент ціни. У машинобудуванні він застосовується як стосовно засобів виробництва (наприклад, знижені ціни на сільськогосподарську техніку), так і стосовно споживчих товарів тривалого користування (наприклад, підвищені ціни на легкові автомобілі).

Системи цін класифікують за певними ознаками:

1. за характером обігу, що обслуговується:

- оптові (гуртові) ціни, за якими підприємство реалізує виготовлену продукцію іншим підприємствам та збутовим організаціям;
- закупівельні ціни, за якими реалізується сільськогосподарська продукція виробниками державним та комерційним організаціям для подальшої переробки;
- роздрібні, за якими товари реалізуються в роздрібній торговій мережі населенню;
- на будівельну продукцію існує декілька різновидів цін:
  - кошторисна вартість - граничний розмір витрат на будівництво кожного конкретного об'єкта;
  - прейскурантна ціна - (середня) кошторисна вартість одиниці кінцевої продукції типового будівельного об'єкта (1 м<sup>2</sup> житлової площі, 1 м<sup>2</sup> корисної площі та інші);
  - договірна ціна встановлюється при укладанні договору між замовником і підрядником;

- ціни та тарифи на послуги населенню;
- надбавки у сфері обігу (оптово-збутові, торгівельні);
- тарифи на вантажні й пасажирські перевезення - плата, що стягується транспортними організаціями за перевезення з відправників вантажів або пасажирів;

2. за ступенем залежності від втручання держави при її встановленні:

- вільні ціни, що формуються на ринку на базі взаємодії попиту і пропозиції;

- регульовані, формуються під впливом попиту та пропозиції, але держава втручається, впливаючи безпосередньо на їх зростання чи зниження, або шляхом регламентації рентабельності, та ін.

- фіксовані, встановлюються державними органами на обмежений круг товарів;

3. за способом фіксації:

- контрактні, встановлюються за згодою сторін і реєструються в контракті;

- трансфертні, застосовуються при реалізації продукції між філіями і підрозділами одного підприємства або асоціації;

- біржові, використовують для продажу товарів через біржі;

- ціни торгів, застосовуються коли декілька підрядників, які конкурують між собою, пропонують замовнику свої проекти на виконання певних робіт, з яких він на конкурсній основі вибирає найбільш ефективний;

4. за ступенем обґрунтованості:

- базисні, застосовуються як вихідна база при встановленні ціни на аналогічні вироби;

- довідкові, публікують в каталогах, прейскурантах, газетах, довідниках та економічних оглядах. Вони використовуються фахівцями як орієнтовна інформація при встановленні цін на аналогічну продукцію або при аналізі рівнів та співвідношення цін;

- прейскурантні, являють собою вид довідкової ціни, публікуються в прейскурантах фірм — виробників або продавців;

- фактична ціна угоди враховує застосування різних надбавок або знижок до базисної ціни;

- ціна споживання, визначає всі витрати покупця, пов'язані з купівлею товару, його доставкою та витратами з експлуатації;

5. за часом дії цін:

- постійні, ті, що не змінюються протягом всього терміну постачання продукції за даним контрактом або договором;

- поточні, за якими здійснюється постачання продукції в даний період часу. Вони можуть змінюватися на протязі виконання одного контракту залежно від кон'юнктури ринка;

- сезонні, діють протягом певного періоду часу;

- ступінчасті, являють собою низку цін, що послідовно знижуються згідно з попередньо прийнятою шкалою.

Складовою системи ціноутворення є широко розповсюджена система знижок з встановлених преїскурантних цін. Знижки використовують фірми-виробники товарів і роздрібна торгівля в таких випадках: як відповідні дії на зниження цін конкурентами; з метою залучення нових покупців, скорочення великих запасів товарів.

Розрізняють такі види знижок: за оплату товарів готівкою; кількісна (за закупівлю великих партій товарів); дилерська; спеціальна (персоніфікована); сезонна; бонусна (постійним покупцям); прихована(додаткові безоплатні послуги продавця покупцеві).

Ціноутворення - складний, багатогранний процес урахування найвпливовіших факторів. Цей процес має широку розгорнену структуру, що включає до себе більшість життєво важливих аспектів для підприємства. Види та методи ціноутворення впливають та породжують низку найрізноманітніших видів цін, які допомагають краще розуміти та орієнтуватись у сучасному економічному просторі.

### ***3. Цінова політика підприємства***

Цінова політика підприємства є важливим орієнтиром господарської діяльності в умовах ринкової економіки.

Ціна, як економічна категорія, є грошовим вираженням вартості товару (послуги). У ціні товару відображені всі витрати на його виробництво та реалізацію. Одночасно, ціна є важливим джерелом доходу підприємства, оскільки містить прибуток. Складовими ціни є також різні види непрямих податків (податок на додану вартість, акцизний збір), торгівельні чи спеціальні надбавки, націнки або знижки. У загальному розумінні ціна відображає кількість грошей, за яку продавець бажає продати товар, а покупець — купити його.

Через призму цін керівництво підприємства здійснює і вирішує низку проблемних завдань стратегічного і тактичного спрямування для досягнення поставлених цілей.

Цінова політика - це сукупність економічних і організаційних заходів, спрямованих на досягнення за допомогою цін кращих результатів господарської діяльності, забезпечення стійкості збуту, одержання достатнього прибутку.

Ціна - це головна й універсальна форма зв'язку товаровиробника і ринку. Вона робить можливою (чи неможливою) купівлю-продаж товару, а отже, і саме економічне існування виробника товару. Можливості реалізації практично всіх економічних інтересів у кінцевому рахунку визначаються рівнем ціни, за якою продається і купується товар. Правильний вибір ціни є запорукою гарного фінансового стану і фінансової стійкості підприємства (фірми), успішної реалізації тактичного і стратегічного планування.

Світовою практикою накопичений досить великий досвід розробки і використання ринкового механізму ціноутворення, на котрий впливають такі

умови:

- кількість суб'єктів ринку (продавців і покупців): чим їх більше, тим у меншому ступені змінюється ціна;
- незалежність суб'єктів ринку: чим їх менше, тим більше можливостей як у продавців, так і в покупців впливати на рівень ціни, і навпаки;
- ступінь індивідуалізації продукції (робіт, послуг): чим різноманітніше їхній асортимент, тим більше імовірність того, що окремі їхні види зможуть витримати загальний напружений стан ринку;
- зовнішні обмеження: на рівень цін на ринку впливають такі фактори, як попит, пропозиція, державне регулювання цін та ін.

Процес вироблення промислової стратегії в області встановлення цін на продукцію складається з ряду послідовних етапів: встановлення цілей ціноутворення; оцінка попиту; вивчення цін на продукти конкурентів; вибір методу ціноутворення; облік факторів, що впливають на встановлення ціни; остаточне встановлення ціни.

Для розробки відповідної цінової стратегії підприємство (фірма) повинне насамперед визначити цілі, що багато в чому видні вже із самого позиціонування на ринку продукції (робіт, послуг) і повинні бути спрямовані на досягнення підприємством стратегічних задач, що стоять перед ним у конкретному ринковому сегменті.

У загальному випадку ціна і попит знаходяться в обернено пропорційній залежності, тобто зі збільшенням ціни попит падає, і навпаки. Однак характер цього зв'язку не однаковий для різних видів продукції, оскільки підвищення цін на деякі з них може сприйматися як значне поліпшення їхньої якості і приводити до підвищення попиту. Але таке підвищення попиту можливо тільки до визначеної межі, після чого знову починається спад.

Попит на продукцію вивчається на підставі інформації про його рівні при різних цінах. Отже, адекватність оцінки попиту і встановлення оптимальної ціни на продукцію в значній мірі визначається рівнем розвитку на підприємстві маркетингової інформації.

Повинна відслідковуватися окремо динаміка попиту на кожен вид продукції з погляду рівня цін на нього, інтенсивності рекламних заходів, способу доставки, ступеня насичення ринку даним видом продукції, чи аналогом продукцією-замінником. Дуже важливо не допустити перехресчування окремих факторів, щоб одержати об'єктивну оцінку впливу кожного з них на рівень попиту.

Виявлений характер впливу кожного з факторів дозволяє знайти оптимальні умови, що забезпечують необхідний попит, а отже, і відповідний йому рівень ціни на продукт.

Ціни, установлені конкурентами, багато в чому визначають цінову стратегію підприємства, тому їх необхідно ретельно аналізувати. Ціни на промислову продукцію і її якість повинні знаходитися у прямій залежності, тому споживачі, вибираючи підприємство для обслуговування, прагнуть

зіставити насамперед ці показники. Перевага віддається підприємству, у якого ціни в більшій мірі відповідають рівню якості.

Для аналізу продукції конкурентів підприємства звичайно використовують метод експертних оцінок показників якості.

Якість продукції конкурентів і доступність цін на них можна оцінити, довідавшись щодо думок самих споживачів.

Зіставляючи показники якості і ціни конкурентів з аналогічними показниками свого підприємства слід зробити визначені висновки про спрямованість розроблюваної цінової стратегії. Для цього ціни конкурентів беруться за відправну крапку досліджень. Якщо якість продукції конкурентів перевершує аналогічні показники підприємства, то говорити про встановлення ціни на тому ж рівні не має сенсу. Якщо ж якість продукції підприємства приблизно відповідає якості, пропонованому конкурентами, є всі підстави для встановлення ціни, близької до ціни конкурентів. Таким чином, для вироблення продуманої цінової стратегії рівень цін і якість продукції конкурентів повинні прийматися за базу порівняння.

Цінова політика має базуватися на цінності товару для споживача, а ціна товару - відповідати цій цінності.

Якщо ціна товару не відповідає його цінності, тоді підприємство має два шляхи виходу з такої ситуації:

1. Постійно знижувати ціну, поки вона задовольнить споживача, але це недостатньо ефективний і короткостроковий шлях, бо призводить до зменшення обсягів виробництва або до його згортання.

2. Шукати нових споживачів і сегменти ринку, поліпшувати якість виробу й наближати його цінність до вимог споживачів. Цей шлях визначається на перспективу, дає змогу розширити виробництво, запроваджувати нові технології, обладнання і є ефективнішим. Розробляючи цінову політику підприємство повинно виходити із загальної економічної стратегії ціноутворення з урахуванням загального розміру прибутку.

У практиці маркетингу розрізняють п'ять типів цінової політики: ціновий лідер, слідування в фарватері, атака, знімання вершків, впровадження.

1. Ціновий лідер — тип цінової політики характерний для великих фірм, що володіють значною часткою ринків, обумовлює монопольні високі ціни.

2. Слідування в фарватері - тип цінової політики, який характерний для дрібних фірм, що випускають продукцію подібну монополістам, не володіють вагомою часткою ринку, але орієнтуються на великі фірми.

3. Атака - тип цінової політики товаровиробників, які прагнуть зайняти на ринку положення лідера, тому різко знижують ціну на товар (інколи нижче витрат), створюючи монопольне положення на ринку. Після чого ціни встановлюються на рівні ринкових.

4. Знімання вершків - тип цінової політики, коли при введенні нового товару на ринок, покупці готові дати за нього будь-яку високу ціну, а продавці одержують максимальний прибуток від реалізації кожної одиниці товару.

Обов'язкова умова використання в практиці цього типу — неможливість швидкого виробництва конкурентами подібних товарів.

5. Впровадження - цей тип цінової політики передбачає, що товар вводиться на ринок за дуже низькою ціною й відрізняється простотою виробництва (предмети першої необхідності). По мірі завойовування ринку ціна повертається до нормального рівня. Отже, цінова політика підприємства не тільки пов'язана з формуванням цін, використання яких дає змогу вирішувати тактичні і стратегічні завдання, які стоять перед ним, а й є важливим чинником у вирішенні важливіших завдань, які стоять перед суспільним розвитком країни в цілому.

Розробляючи цінову стратегію, підприємство може вибрати одну з альтернативних концепцій ціноутворення:

- ціноутворення, орієнтоване на витрати (метод повних витрат, метод прямих витрат, метод аналізу беззбитковості);
- ціноутворення орієнтоване на споживачів (метод цінових ліній, метод цінового лідерства, метод пакетного ціноутворення, метод неокруглених цін, метод аукціону);
- ціноутворення, орієнтоване на конкурентів.

Обраний метод ціноутворення багато в чому визначає цінову стратегію підприємства, для успішного здійснення якої необхідно враховувати ряд факторів, що впливають на встановлення цін. Це такі фактори:

- імідж підприємства. Ним багато в чому визначається встановлення цін. Підприємство, пропонуючи свою продукцію споживачам, повинне насамперед піклуватися про те, як воно буде виглядати на фоні інших підприємств, як буде сприйматися споживачами його продукція. Імідж підприємства формується під впливом безлічі факторів, таких як відносини зі споживачами, якість продукції і ціна на неї. Розробляючи цінову стратегію, підприємство повинне враховувати імідж, що склався у споживачів, оскільки чим більший його авторитет, тим більшою довірою і популярністю користується його продукція;

- географія. Багато підприємств мають розгалужену мережу філій і представляють свою продукцію по усьому світі. Тому виникає необхідність орієнтації цінової стратегії на особливості грошових ринків у різних країнах (регіонах). Застосування єдиної цінової стратегії без обліку географічного фактора може привести до істотних втрат, що так чи інакше змусить підприємство переглянути свої підходи до ціноутворення;

- вплив інших суб'єктів ринку. Крім конкурентів на цінову стратегію підприємства можуть впливати споживачі, уряд. У багатьох випадках щоб уникнути конфліктів зі споживачами своєї продукції і для підтримки свого іміджу підприємства йдуть назустріч побажанням споживачів щодо проведеної політики встановлення цін. Однак варто прагнути не допускати таких "побажань", проводячи гнучку цінову стратегію. Якщо все-таки не вдасться уникнути подібного лоскитливого положення, то перш ніж прийняти відповідне рішення, необхідно оцінити якісний і кількісний склади споживачів, що



висувають які-небудь вимоги, і в залежності від цього вносити прийнятні корективи в цінову стратегію;

- цінові знижки. Багато підприємств активно використовують у своїх цінових стратегіях різні цінові знижки, покликані стимулювати придбання промислової продукції у великих обсягах. Звичайно подібні цінові знижки застосовуються у відношенні великих споживачів продукції. Однак установа знижок і надбавок потребує від підприємств точного аналізу своїх витрат, щоб збільшення обсягів продажу сприяло не скороченню, а збільшенню прибутку.

Метод ціноутворення багато в чому визначає майбутню ціну на продукцію, однак остаточно встановлена ціна може істотно відрізнятися від пропонованої заздалегідь. Це пояснюється наявністю приведених вище факторів, що впливають на встановлення цін. Однак облік цих факторів знов-таки не дає ще остаточної ціни, оскільки необхідний також аналіз деяких психологічних показників. Встановлюючи остаточно ціну, варто подбати про те, щоб вона була доступна споживачам і в той же час підкреслювала якість продукції. Вважається, що споживачі краще сприймають ціну, що закінчується на непарне число. Так, ціна 49 грн. сприймається покупцем як перевищуюча 40 грн., а ціна в 50 грн. - уже як перевищуюча 50 грн.

Крім того, якщо підприємство припускає установити ціну вище цін на аналогічні продукти конкурентів, те це варто робити так, щоб перевищення не виходило кратним. Наприклад, не рекомендується встановлювати ціну, що у 1,5-2 рази перевищувала б ціни конкурентів. Якщо підприємство розраховує, що його ціна повинна бути нижче цін конкурентів, то її доцільно установити такою (якщо, звичайно, дозволяють можливості), щоб передбачуване зниження було кратним, наприклад на третину нижче цін основних конкурентів. У цьому випадку психологія споживача спрацює набагато швидше, що цілком окупить початкові витрати.

Проаналізувавши всі значні фактори, підприємство зможе остаточно установити ціну на вироблену ним продукцію.

У державному регулюванні цін політика ціноутворення є частиною економічної і соціальної політики будь-якої держави. Органи державного керування будують свої відносини з товаровиробниками, використовуючи наступні важелі:

- податкову і фінансово-кредитну політику, включаючи встановлення ставок податків і податкових пільг, цін і правил ціноутворення, дотацій, економічних санкцій і ліцензій, соціальних і екологічних норм і нормативів;

- науково-технічні, економічні і соціальні державні і регіональні програми;

- державні замовлення на виробництво продукції, виконання робіт і послуг для державних потреб.

Рівень і співвідношення цін на товари виробничого і невиробничого призначення торкаються інтересів всіх суб'єктів виробничої діяльності, невиробничої сфери і населення.

Основні принципи встановлення і застосування цін на товари і тарифів на послуги, а також організації контролю за їхнім дотриманням на території України визначаються Законом України "Про ціни і ціноутворення" і іншими законодавчими і нормативними документами. Дія цього Закону поширюється на всі підприємства й організації незалежно від форм власності і підпорядкованості. Відповідно до цього закону в народному господарстві України застосовуються вільні, державні фіксовані і державні регульовані ціни і тарифи, а також контрактні (зовнішньоторговельні) ціни.

Дії держави в регулюванні цін можуть бути короткостроковими і довгостроковими.

Державне регулювання в сфері ціноутворення і застосування цін здійснюється різними методами, серед яких можна виділити:

- визначення переліку продукції і послуг, що підлягають державному регулюванню, у тому числі монопольної продукції;
- установлення граничних рівнів цін і тарифів, а також торгових надбавок (знижок);
- нормування рентабельності;
- заморожування цін.

У першу чергу державному регулюванню підлягають ціни на продукцію і послуги підприємств державної власності. До них відносяться тарифи на залізничні перевезення, комунально-побутові послуги і квартирну плату, послуги зв'язку й ін.

До методів регулювання цін відноситься встановлення податку на додану вартість і розміру акцизного збору.

Звільнення окремих товарів від ПДВ, а також зміна ставки цього податку на ті чи інші товари дозволяють ефективно впливати на структурні зміни і розвиток виробництва в бажаних напрямках.

Підприємства - суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності - визначають конкретні ціни на договірних умовах з урахуванням попиту і пропозиції. В окремих випадках контрактні ціни повинні визначатися відповідно до індикативних цін, що встановлюються Міністерством зовнішньоекономічних зв'язків.

У світовій практиці використовуються також інші методи державного впливу на ціни. Це досягається законами антимонопольного характеру, законами про нечесну торгівлю (зокрема, антидемпінговим законодавством), про цінову рекламу й ін.

Державне регулювання цін може передбачати заходи законодавчого і судового характеру. В одному випадку ціноутворення в державі регламентується законами Верховної Ради, в іншому - розпорядженнями державних і місцевих органів влади, у третьому - ті чи інші суперечливі питання вирішуються в судовому (арбітражному) порядку.

Державний контроль за цінами здійснюється в сфері дії державних фіксованих і регульованих цін і тарифів. У сфері дії вільних цін контролюються правомірність їхнього застосування і дотримання вимог антимонопольного

законодавства. Цей контроль здійснюється органами, на які ці функції покладені урядом. В Україні такими органами є Державна інспекція контролю за цінами при Міністерстві економіки і Державний комітет України з питань захисту прав споживачів.

Особи, винні в порушенні порядку встановлення і застосування цін і тарифів, залучаються до адміністративної чи кримінальної відповідальності.

### ***Тема 3.3 Фінансові результати діяльності підприємства***

1. Поняття та види фінансових показників діяльності підприємства
2. Прибуток підприємства та механізм формування чистого прибутку
3. Показники рентабельності підприємства

#### ***1. Поняття та види фінансових показників діяльності підприємства***

Фінансові показники підприємства характеризують різні аспекти діяльності, що пов'язані з утворенням та використанням його грошових фондів. Вони вимірюються як у абсолютних, так і відносних показниках.

До найважливіших абсолютних фінансових показників відносяться:

- виручка від реалізації продукції, робіт, послуг;
- чистий дохід
- прибуток від операційної діяльності;
- прибуток до оподаткування;
- чистий прибуток.

Фінансові результати - це співставлення регламентованих податковим законодавством валових доходів і валових витрат.

Перевищення валових доходів над валовими витратами становить прибуток, зворотнє явище характеризує збиток. Отже, фінансовими результатами діяльності суб'єктів підприємництва є прибуток або збиток. Діяльність підприємств у сфері фінансових результатів спрямована на забезпечення отримання прибутку та його оптимальний розподіл і використання, а за наявності збитків - на встановлення їх причин та джерел покриття.

Розглянемо детальніше фінансові результати підприємницької діяльності та їх класифікацію.

1. За значенням підсумкового результату господарювання розрізняють:
  - позитивний фінансовий результат - прибуток;
  - негативний фінансовий результат - збиток.
2. У розрізі видів діяльності виділяють:
  - фінансовий результат від звичайної діяльності (операційної, не операційної);
  - фінансовий результат від надзвичайних подій.

3. У розрізі звичайної діяльності виділяють:

- фінансовий результат від операційної діяльності;
- фінансовий результат від не операційної діяльності.

Прибуток від операційної діяльності є результатом виробничої або комерційної діяльності, тобто основної для даного підприємства. Що стосується фінансових результатів від не операційної діяльності, то це результати від фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів, тобто від інвестування в акції, облігації.

4. Залежно від формування та розподілу розрізняють декілька видів прибутку:

- валовий;
- від операційної діяльності;
- від звичайної діяльності до оподаткування;
- від звичайної діяльності після оподаткування;
- чистий.

## ***2. Прибуток підприємства та механізм формування чистого прибутку***

Прибуток підприємства в загальному розумінні являє собою частину вартості додаткового продукту і є складовою доходу підприємства.

Прибуток підприємства – це частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства.

Прибуток — це частина заново створеної вартості й водночас показник результату фінансово-господарської діяльності підприємства. Узагальнюючими фінансовими показниками діяльності підприємства є валовий і чистий прибуток.

Валовий прибуток (збиток) розраховують як різницю між чистим доходом (виручкою) від реалізації продукції (послуг) і собівартістю реалізованої продукції.

Чистий дохід (виручку) від реалізації продукції визначають вирахуванням з доходу (виручки) від реалізації продукції відповідних податків, зборів, знижок тощо (податок на додану вартість, акцизний збір, інші збори або податки з обороту, інші вирахування з доходу — знижки, повернення продукції тощо).

Собівартість реалізованої продукції (послуг) — це виробнича собівартість продукції, яка містить:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- виробничі накладні витрати.

Процедура розрахунку валового та чистого прибутку у плановому періоді містить визначення таких складових:

- чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, послуг;

- валового прибутку;
- фінансового результату від операційної діяльності;
- прибутку від звичайної діяльності до оподаткування;
- прибутку від звичайної діяльності;
- чистого прибутку в плановому періоді.

Чистий прибуток — це прибуток від звичайної діяльності, а також результат від надзвичайної діяльності (події). Так визначають чистий прибуток фактично за певний період. Під час розрахунку цього показника надзвичайні події, доходи та збитки від них не можна визначити, тому що невідомо, які події та коли вони відбудуться.

Для отримання прибутку підприємствами необхідне для складання перспективних і поточних фінансових планів.

Існують такі методи планування операційного прибутку: прямий, за показниками витрат на 1 грн продукції, економічний (аналітичний) метод. У процесі планування також визначаються: валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності та чистий прибуток.

Прямий метод. Прибуток розраховують за окремими видами продукції, що виробляються й реалізуються, за такою формулою:

$$\text{Пр} = \sum_{i=1}^n \Pi_i N_i, \quad (4.7)$$

де Пр — прибуток від реалізації планового обсягу продукції, тис. грн; n — кількість видів продукції;  $\Pi_i$  — прибуток від реалізації i-го виробу, який визначають відніманням від оптової ціни виробу його повної собівартості, тобто

$$\Pi_i = \text{Ц}_i - \text{С}_i, \quad (4.8)$$

де  $\text{Ц}_i$  — оптова ціна i-го виробу, грн;  $\text{С}_i$  — повна собівартість i-го виробу в плановому періоді, грн;  $N_i$  — кількість i-го виробу за виробничою програмою відповідного періоду.

Прямий метод планування прибутку використовують на підприємствах масового й великосерійного виробництва, де є планові калькуляції собівартості виробів.

Планування прибутку на основі показника витрат на 1 грн продукції застосовують на підприємствах серійного й одиничного типу виробництва. Це менш точний метод, розрахунок прибутку ведеться по підприємству в цілому від випуску, реалізації всієї продукції. Передбачається використання даних про виробничі витрати, реалізацію продукції за попередній період, а також очікувану зміну, що прогнозується в наступному періоді.

Економічний (аналітичний) метод використовують на підприємствах різних типів виробництва. Цей метод дає змогу визначити не лише загальну суму прибутку, а й вплив на неї зміни окремих чинників: обсягу виробництва й реалізації продукції, її собівартості, рівня оптових цін і рентабельності продукції, асортименту та якості продукції.

Розрахунок прибутку цим методом здійснюють окремо за порівняною (що вироблялася в попередньому році) і непорівняною ( новою) продукцією.

Прибуток підприємства класифікується за наступними ознаками:

1. за джерелом формування
  - прибуток від реалізації продукції (робот, послуг)
  - прибуток від реалізації майна
  - прибуток від позареалізаційних операцій.
2. за основними видами діяльності
  - прибуток від операційної діяльності
  - прибуток від інвестиційної діяльності
  - прибуток від фінансової діяльності
3. за складовими елементами
  - валовий прибуток
  - прибуток до оподаткування
  - чистий прибуток.

Чистий прибуток підприємства формується наступним чином:

1. Доход від реалізації продукції (робот, послуг) -(  $D_{\text{реал.}}$  )
2. Чистий доход від реалізації продукції (робот, послуг) – (  $D_{\text{чист.}}$  )

$$D_{\text{чист}} = D_{\text{реал.}} - \text{ПДВ} - A, \quad (4.9)$$

де ПДВ – податок на додану вартість;

$A$  – акцизний збір.

3. Валовий прибуток (  $\Pi_{\text{вал}}$  )

$$\Pi_{\text{вал}} = D_{\text{чист}} - B_{\text{п. м.}} - B_{\text{оп}} - B_{\text{ін. п.}} - B_{\text{з.г.}}, \quad (4.10)$$

де  $B_{\text{п. м.}}$  – прямі матеріальні витрати;

$B_{\text{оп}}$  – прямі витрати на оплату праці;

$B_{\text{ін. п.}}$  – інші прямі витрати;

$B_{\text{з.г.}}$  – загальногосподарські витрати.

4. Прибуток до оподаткування (  $\Pi_{\text{оп.}}$  )

$$\Pi_{\text{оп}} = \Pi_{\text{вал}} - B_{\text{а}} - B_{\text{з}} - B_{\text{оп.}}, \quad (4.11)$$

де  $B_{\text{а}}$  – адміністративні витрати;

$B_{\text{з}}$  – витрати на збут;

$B_{\text{оп.}}$  – інші операційні витрати.

5. Чистий прибуток (  $\Pi_{\text{чист.}}$  )

$$\Pi_{\text{чист}} = \Pi_{\text{вал}} - \text{ПП}, \quad (4.12)$$

де ПП – податок на прибуток.

Основна ставка податку на прибуток сьогодні в Україні становить 18 % оподатковуваної бази. Також сьогодні суб'єкти підприємницької діяльності можуть використовувати єдиний податок та фіксований податок, що є спрощеною системою оподаткування.

Чистий прибуток підприємства є джерелом формування: резервного фонду, фонду розвитку виробництва, фонду матеріального заохочення, фонду дивідендних виплат.

Такими методами можна визначити плановий операційний прибуток.

Потім обчислюють плановий прибуток від звичайної діяльності, при цьому враховують доходи й витрати від інвестиційної та фінансової діяльності.

Прибуток від звичайної діяльності, який отримає підприємство у плановому періоді, підлягає розподілу. У розподілі прибутку можна виокремити два етапи:

1) розподіл прибутку; на цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство, пропорції розподілу складаються під впливом таких чинників: об'єктів і ставок оподаткування, порядку надання податкових пільг;

2) розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету, тобто чистого прибутку; на цьому етапі можуть створюватися за рахунок прибутку цільові фонди: резервний, розвитку й удосконалення виробництва, соціальних потреб, заохочення; кошти цих фондів використовують для фінансування відповідних витрат.

### ***3. Показники рентабельності підприємства***

Найбільш поширеними критеріями оцінки ефективності діяльності підприємств є показники прибутковості або рентабельності. Коефіцієнти рентабельності характеризують рівень прибутковості діяльності підприємства в цілому, його окремих складових або продукції і визначаються як відношення одержаного підприємством балансового або чистого прибутку за аналізований період до величини вкладених, затрачених ресурсів, або до обсягу реалізованої продукції. В практиці фінансового аналізу розрізняють рентабельність всього капіталу, власних засобів, виробничих фондів, продажу.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат.

Види показників рентабельності:

1. Коефіцієнт рентабельності активів ( $P_a$ )

$$P_a = ( \Pi_{\text{оп.}} / K_a ) * 100, \quad (4.14)$$

де  $K_a$  – середня сума активів за річним балансом.

2. Коефіцієнт чистої рентабельності активів ( $P_{\text{ч.а.}}$ )

$$P_{\text{ч.а.}} = ( \Pi_{\text{чист.}} / K_a ) * 100, \quad (4.15)$$

3. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу ( $P_{\text{вк}}$ )

$$P_{\text{вк}} = ( \Pi_{\text{чист}} / K_{\text{в}} ) * 100, \quad (4.16)$$

де  $K_{\text{в}}$  – власний капітал підприємства.

4. Коефіцієнт рентабельності акціонерного капіталу (  $P_{\text{ак}}$  )

$$P_{\text{ак}} = ( \Pi_{\text{чист}} / K_{\text{ст}} ) * 100, \quad (4.17)$$

де  $K_{\text{ст}}$  – статутний капітал.

5. Коефіцієнт рентабельності продукції (  $P_{\text{п}}$  )

$$P_{\text{п}} = ( \Pi_{\text{вал}} / C_{\text{рп}} ) * 100, \quad (4.18)$$

де  $C_{\text{рп}}$  – повна собівартість реалізованої продукції.

6. Коефіцієнт рентабельності одиниці продукції (  $P_{\text{од}}$  )

$$P_{\text{од}} = ( ( \Pi - C ) / C ) * 100, \quad (4.19)$$

де  $\Pi, C$  – ціна (тариф) й повна собівартість одиниці продукції.

7. Коефіцієнт рентабельності доходів (  $P_{\text{д}}$  )

$$P_{\text{д}} = ( \Pi_{\text{чист}} / Д ) * 100. \quad (4.20)$$

Зміна рівня того чи іншого показника рентабельності залежить від трансформації економічних та організаційно-технічних факторів виробництва та реалізації продукції (робіт і послуг). Тому в процесі аналізу стану рентабельності підприємства необхідно визначити, які фактори більше впливали на підвищення чи зниження рівня рентабельності та розробити відповідні заходи щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

Якщо прибутковість підприємства знижується, то зменшується ціна акцій та співвідношення прибутку на акцію та її ціни. Для інвесторів, акціонерів показники прибутковості підприємства є дуже важливими.

Більш об'єктивну оцінку ефективності діяльності підприємства можна отримати за допомогою комплексу, системи показників, що всебічно характеризують фінансове становище підприємства. Це показники оцінки майнового стану, фінансової стійкості та стабільності підприємства, ліквідності та платоспроможності, прибутковості, рентабельності тощо.

## **Розділ 5 Інтегральна оцінка стану підприємства**

### ***Тема 3.4 Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки***

1. Поняття ефекту як результату діяльності підприємства, аналітичного показника і критерію оцінки діяльності підприємства.



2. Особливості оцінки ефективності основних видів діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової.

***1. Поняття ефекту як результату діяльності підприємства, аналітичного показника і критерію оцінки діяльності підприємства***

Теорія ефективності чітко розмежовує поняття ефекту й ефективності, розуміючи під першим результат заходу, а під другим - співвідношення ефекту і витрат, що його викликали.

Ефект (від лат. - виконання, дія) означає результат, який виникає внаслідок дії певних чинників.

Ефект може вимірюватися в матеріальному, соціальному, грошовому вираженнях. Зокрема, ефект може оцінюватися обсягом додатково виробленої чи спожитої продукції, показниками поліпшення здоров'я населення (наприклад, зниженням захворюваності або смертності, виробничого травматизму, підвищенням середньої тривалості життя) тощо. У випадку коли зазначені результати отримують грошове вираження, говорять про економічний ефект.

Економічний ефект відображає різні вартісні показники, що характеризують проміжні і кінцеві результати виробництва на підприємстві.

В ролі показника економічного ефекту залежно від цілей заходу і від рівня прийняття рішення можуть використовуватися:

1) на національному рівні:

- приріст національного доходу; збільшення надходження валютних коштів у країну; збільшення обсягу податкових надходжень у бюджет; зниження зовнішнього (внутрішнього) боргу;

- зниження економічного збитку від забруднення навколишнього середовища тощо;

2) на територіальному рівні:

- збільшення обсягу надходжень у бюджет;
- збільшення відрахувань, спрямованих на вирішення соціальних проблем;

- зростання доходів населення тощо;

3) на рівні підприємства;

- зростання прибутку;
- приріст заробітної плати працівників підприємства;
- заощадження сировини, енергії і матеріалів тощо.

Однією з умов ефективного функціонування ринкової економіки є максимальна відповідальність підприємств за результати своєї діяльності (як позитивні, так і негативні). Це означає, що максимальна кількість спричинених підприємством зовнішніх ефектів - екстерналій - має бути переведена у внутрішні показники, що відчуюються підприємством (витрати, доходи), — інтерналії.

Із усього зазначеного всі ефекти, що спричиняються підприємством (конкретним господарським заходом), можуть умовно бути диференційовані на такі групи:

- внутрішні ефекти підприємства, що сприймаються його системою (інтерналії);

- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство в змозі перетворити у внутрішні за допомогою встановлення ціни на вироблені вироби і надані послуги;

- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство зацікавлене перетворити у внутрішні, але може це зробити лише за допомогою економічних інструментів (наприклад, податкових пільг, дотацій та ін.) держави або суб'єкта території (муніципалітету); до подібних екстерналії варто віднести сприятливі ефекти екологічного і соціального характеру, які можуть бути використані в громадських сферах, а також іншими економічними суб'єктами.

- зовнішні ефекти/витрати (екстерналії), які підприємство не зацікавлене перетворювати у внутрішні, і про це повинна потурбуватися держава або суб'єкт території; це різні негативні наслідки порушення підприємством природного середовища, що сприймаються всім суспільством.

Залежно від об'єкта, стосовно якого визначають результативність його функціонування, розрізняють локальний (госпрозрахунковий) і народногосподарський ефекти. Локальний (госпрозрахунковий) ефект означає конкретний результат виробничо-господарської чи іншої діяльності даного підприємства, внаслідок якої воно має певний зиск. Якщо ж виробництво продукції на даному підприємстві потребує додаткових витрат ресурсів, але її споживання (використання) на іншому підприємстві пов'язане з меншими експлуатаційними витратами або іншими позитивними наслідками діяльності, то йдеться про визначення народногосподарського ефекту, тобто спільного ефекту у сферах виробництва і споживання відповідних виробів (послуг).

Внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства, впровадження на ньому прибуткових певних технічних, організаційних чи економічних заходів має місце первісний (одноразовий) ефект. Проте майже завжди початковий ефект може повторюватися і примножуватися завдяки багаторазовому використанню таких заходів не тільки на даному, а й інших підприємствах, сферах діяльності. Саме тому важливого практичного значення набуває визначення і оцінка "мультиплікаційного ефекту", що має свої специфічні форми прояву.

Специфічними формами мультиплікаційного ефекту є:

- дифузійний;
- резонансний;
- ефект стартового вибуху;
- ефект супроводжувальних можливостей;
- ефект акселерації.

Дифузійний ефект може реалізовуватись у тих випадках, коли певне господарсько-управлінське рішення, нововведення технічного, організаційного,

економічного чи соціального характеру поширюється на інші галузі, внаслідок чого відбувається його мультиплікація (наприклад, перш ніж знайти широке застосування у чорній металургії метод безперервного розливання рідкого металу був започаткований на підприємствах кольорової металургії).

Резонансний ефект має місце тоді, коли якесь нововведення у певній галузі активізує і стимулює розвиток інших явищ у виробничій сфері (зокрема отримання синтетичного волокна високої якості призвело до виробництва нових видів тканин, а це стимулювало появу нових видів одягу тощо).

Ефект стартового вибуху - це ланцюгова реакція у перспективі. Він можливий за умови, що певний стартовий вибух стає початком наступного лавиноподібного збільшення ефекту в тій же самій або іншій галузі виробництва чи діяльності.

У процесі створення будь-яких матеріальних цінностей з'являються супроводжувальні можливості з певним ефектом. Такі можливості проявляються у вигляді різних проміжних і побічних результатів, використання виробничих і побутових відходів тощо. Зрештою у будь-якій діяльності має місце також ефект акселерації, що означає позитивний наслідок і не тільки самого по собі конкретного результату, а й прискорення темпів його розповсюдження і застосування.

Межі між виокремленими формами мультиплікаційного ефекту досить умовні, рухомі і відносні. Діалектичний взаємозв'язок цих форм полягає в тому, що усі вони разом формують загальний інтегральний ефект від реалізації певного господарського рішення (впровадження нової техніки чи технології, прогресивних методів або форм організування виробництва, нових форм господарювання тощо). Коли вирішується певна великомасштабна проблема з очевидними мультиплікаційними характеристиками, то очікуваний ефект має охоплювати одночасно усі його специфічні форми. Загальна величина такого ефекту залежить від трьох головних чинників: економічної ефективності впроваджуваного господарського заходу (сукупності заходів), масштабів і швидкості їх розповсюдження в усіх галузях чи сферах діяльності.

## ***2. Особливості оцінки ефективності основних видів діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової***

В Україні не існує офіційної та загально визначеної методики комплексної оцінки результатів діяльності підприємства. Однак можна визначити такі основні етапи проведення комплексного економічного аналізу результатів діяльності підприємства:

1. Складання плану економічного аналізу:

визначення теми аналізу та напрямів використання його результатів;

розробка програми і календарного плану, а також розподіл роботи між виконавцями;

визначення джерел інформації;

розробка макетів аналітичних таблиць, методичних вказівок щодо їх заповнення, методів графічного оформлення матеріалів аналізу.

2. Підготовка матеріалів для аналізу:

збирання інформації та визначення додаткових джерел її отримання;

перевірка вірогідності інформації;

аналітична обробка інформації.

3. Попередня оцінка результатів аналізу:

загальна характеристика підприємства;

характеристика зміни показників порівняно з попереднім періодом.

4. Аналіз причин динамічних змін показників діяльності:

визначення та групування чинників, що впливають на діяльність підприємства;

виявлення зв'язків та залежності між окремими чинниками;

вимірювання впливу чинників;

оцінювання збитків, зумовлених дією негативних чинників;

виявлення невикористаних можливостей для позитивних змін показників діяльності.

5. Оцінювання результатів аналізу:

формування висновків за результатами аналізу;

розроблення пропозицій з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

В результаті проведення аналітичної роботи такого спрямування створюються передумови для системної оцінки ефективності діяльності підприємства і формується інформація для розробки заходів щодо її підвищення.

При формуванні системи показників ефективності виробництва, виробничо-господарської і комерційної діяльності підприємства бажано дотримуватись певних принципів. До них можна віднести:

- забезпечення взаємозв'язку критерію і системи конкретних показників ефективності виробництва;

- відображення ефективності використання усіх видів застосовуваних у виробництві ресурсів;

- можливість застосування показників ефективності в управлінні різними ланками виробництва на підприємстві;

- виконання найбільш важливими показниками стимулюючої функції у процесі використання наявних резервів зростання ефективності виробництва, того чи іншого виду діяльності підприємства.

Система показників ефективності виробництва, що побудована з урахуванням зазначених принципів, має включати декілька груп:

- 1) узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності підприємства);

- 2) показники ефективності використання праці (персоналу);

- 3) показники ефективності використання виробничих основних і оборотних фондів;

4) показники ефективності використання фінансових коштів (оборотних коштів і капітальних вкладень).

Таблиця 5.1 – Система показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання

Узагальнюючі показники	Показники ефективності використання		
	праці (персоналу)	виробничих фондів	фінансових коштів
<ul style="list-style-type: none"> <li>- рівень задоволення потреб ринку</li> <li>- виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів</li> <li>- прибуток на одиницю загальних витрат</li> <li>- рентабельність виробництва</li> <li>- витрати на одиницю товарної продукції</li> <li>- частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- темпи зростання продуктивності праці</li> <li>- частка приросту продукції за рахунок зростання продуктивності праці</li> <li>- коефіцієнт використання корисного фонду робочого часу</li> <li>- зниження трудомісткості одиниці продукції</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- загальна фондівдача</li> <li>- фондівдача активної частини основних фондів</li> <li>- рентабельність основних фондів</li> <li>- фондомісткість одиниці продукції</li> <li>- матеріаломісткість одиниці продукції</li> <li>- коефіцієнт використання найважливіших видів сировини й матеріалів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оборотність обігових коштів</li> <li>- рентабельність обігових коштів</li> <li>- відносне вивільнення обігових коштів</li> <li>- питомі капітальні вкладення (на одиницю приросту потужності або продукції)</li> <li>- рентабельність інвестицій</li> <li>- строк окупності вкладених інвестицій</li> </ul>

Кожна з перелічених груп охоплює певну кількість конкретних абсолютних чи відносних показників, що характеризують загальну ефективність виробництва (діяльності підприємства) або ефективність використання окремих видів ресурсів. Однак показники економічної ефективності умовно можна диференціювати на дві групи: конкретні та узагальнюючі.

Конкретні показники економічної ефективності характеризують окремі сторони економічного виробничого або комерційного процесу.

Узагальнюючі показники є підставою для ухвалення рішень на рівні підприємства в цілому. В одних випадках необхідно обґрунтувати вибір ресурсів для досягнення конкретних цілей, в інших - вибір напрямів діяльності підприємства (інвестування коштів). Конкретні показники дають змогу менеджменту підприємств обґрунтувати рішення з удосконалювання окремих компонентів виробничих процесів, використовуваних на підприємстві.

Конкретні показники є основою для розрахунку узагальнюючих. У цьому розумінні узагальнюючі показники є метою виконання розрахунків, а конкретні - їх засобом.

### ***Тема 3.5 Фінансово-майновий стан підприємства та методи його оцінки***

1. Поняття фінансово-майнового стану підприємства, мета і завдання його дослідження.
2. Поняття та методи оцінки фінансово-майнового стану підприємства.
3. Інтегральна оцінка фінансово-майнового стану підприємства.

#### ***1. Поняття фінансово-майнового стану підприємства, мета і завдання його дослідження***

У ринкових умовах господарювання аналіз фінансово-майнового стану підприємств набуває системного й комплексного підходу з метою одержання необхідної інформації для потреб внутрішніх і зовнішніх користувачів. Тому при формуванні і функціонуванні фінансового ринку найкращим способом оцінки потенційного партнера є одержання й аналіз усієї інформації про нього, включаючи дані про господарську діяльність у динаміці, її масштабність, фінансовий стан та перспективи подальшого розвитку.

Фінансовий стан підприємства є комплексним поняттям, яке характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і ефективність використання фінансових ресурсів.

Фінансовий стан - сутнісна характеристика діяльності підприємства у певний період, що визначає реальну та потенційну можливість підприємства забезпечувати достатній рівень фінансування фінансово-господарської діяльності та здатність ефективно здійснювати її у майбутньому.

Фінансовий стан підприємства прямо залежить від його виробничої діяльності і при успішному виконанні та перевиконанні завдань виробництва і реалізації продукції, зниженні її собівартості підприємство одержує оптимальний прибуток; утворюються додаткові джерела коштів, що в кінцевому результаті сприяє зміцненню фінансового стану підприємства.

Під фінансовим станом підприємства також розуміють міру його забезпеченості необхідними фінансовими ресурсами для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Фінансовий стан підприємства слід систематично та всебічно оцінювати за допомогою певних видів та методів фінансового аналізу, комплексу різноманітних показників. Взагалі під фінансовим аналізом розуміють процес дослідження фінансового стану та основних результатів діяльності підприємства з метою виявлення резервів підвищення його ринкової вартості та забезпечення ефективного розвитку. Проведення такого аналізу дає можливість:

- критичної оцінки фінансових результатів діяльності підприємства;
- характеризувати фінансовий стан підприємства в статичному аспекті за аналізований період та в динамічному аспекті за ряд періодів;
- визначити "вузькі місця" У фінансовій діяльності підприємства;

- визначити шляхи найбільш ефективного використання фінансових ресурсів та їх раціонального розміщення.

До основних завдань аналізу фінансового стану підприємства можна віднести: оцінювання положення підприємства на фінансовому ринку та його конкурентоспроможність;

дослідження ефективності використання майна: "Ф визначення ефективності використання фінансових ресурсів;

визначення забезпеченості підприємства власними оборотними коштами та аналіз їх використання;

дослідження платоспроможності, ліквідності, фінансової стійкості та стабільності підприємства, показників ділової активності, прибутковості.

Проведення такого аналізу фінансового стану підприємства дає змогу визначити основні чинники впливу на досягнення фінансової стабільності підприємства в жорстких умовах конкуренції.

## ***2. Поняття та методи оцінки фінансово-майнового стану підприємства***

Оцінювання фінансово-майнового стану підприємства є обов'язковою складовою його фінансового менеджменту. У ринкових умовах господарювання правильне оцінювання реального фінансово-майнового стану підприємства має величезне значення не тільки для самих суб'єктів господарювання, а й для інших зацікавлених осіб, особливо майбутніх потенційних інвесторів. Вирішення цього важливого завдання необхідно здійснювати шляхом використання сучасних методів проведення аналізу.

Методи фінансового аналізу — це комплекс науково-методичних прийомів дослідження фінансового стану підприємства

Слід зазначити, що існують формалізовані та неформалізовані методи аналізу. Неформалізовані методи аналізу ґрунтуються на описуванні аналітичних процедур на логічному рівні, а не на жорстких аналітичних взаємозв'язках та залежностях. До неформалізованих належать такі методи: експертних оцінок і сценаріїв; психологічні; морфологічні; порівняльні; побудови системи показників; побудови системи аналітичних таблиць.

До формалізованих методів фінансового аналізу належать ті, в основу яких покладено жорстко формалізовані аналітичні залежності, тобто методи:

- арифметичних різниць;
- відсоткових чисел;
- ланцюгових підстановок;
- балансовий;
- інтегрально-балансовий;
- диференціальний;
- логарифмічний; модульний;
- простих і складних відсотків;
- дисконтування;

- індексний.

Під час фінансового аналізу широко застосовують і традиційні методи економічної статистики (середніх та відносних величин, групування, графічний, індексний, елементарні методи оброблення рядів динаміки), а також математико-статистичні методи (кореляційний аналіз, дисперсійний аналіз, факторний аналіз, метод головних компонентів).

Крім згаданих вище методів аналізу на практиці застосовують горизонтальний і вертикальний фінансовий аналіз, за допомогою яких можна отримати найбільш загальне уявлення про якісні зміни в структурі засобів та їх джерел, а також динаміки цих змін. Горизонтальний аналіз дозволяє виявити тенденції зміни окремих статей доходів і витрат та їх груп за документами бухгалтерської звітності. В основі цього різновиду аналізу лежить обчислення базисних темпів зростання доходів і витрат за статтями балансу чи статей звіту про прибутки та збитки. Горизонтальний аналіз звітності полягає в побудові однієї або декількох аналітичних таблиць, у яких абсолютні показники доповнюються відносними темпами зростання. Ступінь агрегованості показників визначається аналітиком. Як правило, беруться базисні темпи росту за ряд років, що дозволяє аналізувати не тільки зміну окремих показників, але і прогнозувати їхнє значення.

Горизонтальний і вертикальний аналізи взаємодоповнюють один одного. Тому на практиці нерідко будують аналітичні таблиці, що характеризують як структуру звітної бухгалтерської форми, так і динаміку окремих її показників. Обидва ці види аналізу особливо цінні при міжгосподарських зіставленнях, оскільки дозволяють порівнювати звітність зовсім різних за родом діяльності й обсягам виробництва підприємств.

При проведенні вертикального аналізу використовуються дані бухгалтерської звітності у вигляді відносних величин, що характеризують структуру узагальнюючих підсумкових показників. Обов'язковим елементом аналізу служить побудова динамічних рядів значень цих величин, що дозволяє відстежувати та прогнозувати структурні зрушення в складі господарських засобів і джерел їх покриття. Вертикальний аналіз показує структуру засобів підприємства та джерел їх утворення. Можна виділити дві основні риси, що обумовлюють необхідність і доцільність проведення вертикального аналізу: перехід до відносних показників дозволяє проводити міжгосподарські порівняння економічного потенціалу і результатів діяльності підприємств, що розрізняються за величиною використовуваних ресурсів та іншими об'ємними показниками; відносні показники деякою мірою згладжують негативний вплив інфляційних процесів, які можуть істотно спотворювати абсолютні показники фінансової звітності і тим самим ускладнювати їх співставлення в динаміці.

### ***3. Інтегральна оцінка фінансово-майнового стану підприємства***

Обґрунтування управлінських рішень в економічній сфері неможливе без широкого використання інформації про фінансовий стан підприємств, які є



основними об'єктами економічних відносин. Водночас у контексті реалізації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки України стає актуальним завдання комплексного підходу при оцінці фінансово-майнового стану суб'єктів господарювання, що репрезентується інтегральним показником.

У вітчизняній науково-практичній літературі з фінансового аналізу та фінансового менеджменту використовуються такі терміни, як інтегральна оцінка, інтегральний фінансовий аналіз та комплексний фінансовий аналіз. Усі наведені терміни застосовуються для позначення однієї й тієї самої функціонально-організаційної форми фінансового аналізу.

При дослідженні об'єкта управління як цілісної системи взаємопов'язаних фінансових відносин постає питання щодо узагальнення результатів дослідження окремих фінансових аспектів операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства з метою формування єдиного (інтегрального) показника як індикатора ефективності фінансового менеджменту на підприємстві.

У працях зарубіжних і вітчизняних економістів досліджено широке коло питань, пов'язаних з комплексним аналізом фінансового стану підприємств, його оцінкою та управлінням. Однак кожен науковець, який досліджує дану проблематику, обґрунтовує власне бачення методики проведення інтегральної оцінки фінансово-майнового стану підприємства.

Слід зазначити, що широко використовуваними сьогодні є складні інтегральні методики рейтингування підприємств різних галузей, їхніх систем корпоративного управління, що використовують провідні рейтингові агентства - Standart&Poor's, Institutional Shareholder Services, Brunswick UBS Warburg.

Актуальність інтегральної оцінки фінансово-майнового стану полягає в тому, що за її допомогою з'являється можливість в узагальненому вигляді представити діяльність підприємства на ринку та визначити рейтинг ефективності його функціонування. Це дозволяє суб'єктам ринкових відносин визначитись із найефективнішими способами інвестування капіталу і таким чином сприяти росту віддачі використовуваних ресурсів в умовах їх обмеженості.

Комплексна оцінка фінансово-майнового стану підприємства може проводитись із використанням наступних методів: створення рангу за допомогою ряду показників, кластерного аналізу, матричного методу, методу бальних оцінок, методу порівняльної рейтингової оцінки, методу рейтингового фінансового аналізу тощо.

Метод створення рейтингу за допомогою ряду показників досить простий і оснований на рангуванні підприємств відповідно до значень відібраних для аналізу ключових показників – виручка, чистий прибуток, капіталізація, сукупний дохід інвестора. Однак слід відмітити, що відібрані показники не повністю характеризують фінансово-майновий стан підприємства, а такі показники, як капіталізація та сукупний дохід інвестора є більшою мірою показниками для рейтингової оцінки цінних паперів на основі фондових індексів.

Кластерний аналіз дозволяє поділити за визначеними критеріями сукупність підприємств, що вивчається, на групи, які називаються кластерами. В даній методиці обираються елементарні кластери, а потім відбувається їх об'єднання в один сполучений (підсумковий) кластер.

Для формування рейтингу фінансово-майнового стану підприємства методом кластерного аналізу рекомендується використовувати наступні показники: коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами, коефіцієнт оборотності, коефіцієнт рентабельності виробництва. Якщо підприємство посідає за критерієм максимізації відповідного показника перше місце в кластері, то йому надається і бал, друге місце - 2 бали і т. д. Підсумковий кластер являє собою рейтингову оцінку фінансового стану підприємства. Таким чином, стабільно низькі значення показників кластерного аналізу визначають високий рейтинг підприємства.

Метод бальних оцінок є відносно простим і ґрунтується на думці досвідчених спеціалістів-експертів. Рейтинг встановлюється за системою показників як сума балів. Всі показники поділяються на класи: перший клас - значення показників перевищують встановлені або теоретично обґрунтовані нормативи; другий клас - значення показників перебувають на рівні нормативу; третій клас — значення показників менше нормативного рівня.

Система показників складається з коефіцієнтів ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності. Показник в першому класі оцінюється в 3 бали, в другому - в 2 бали, в третьому - в 1 бал. Критерієм формування рейтингу виступає максимум суми балів за всіма показниками.

Система вихідних показників для порівняльної рейтингової оцінки фінансового стану підприємства включає показники: оцінки ліквідності; фінансової стійкості; ділової активності; рентабельності.

В основу такої методики покладено порівняння оцінюваного підприємства по кожному показнику фінансового стану з умовним еталонним підприємством, яке має найкращі показники з усіх порівнюваних підприємств. Тобто базою розрахунку для отримання рейтингової оцінки фінансового стану підприємства є не суб'єктивні оцінки експертів, а найбільш високі результати з усієї сукупності реальних показників.

Інтегральну оцінку фінансово-майнового стану підприємства слід проводити в два етапи:

- на першому етапі оцінка фінансово-майнового стану підприємства здійснюється за нормованими показниками і відбір підприємств, результати діяльності яких відповідають встановленим нормативним значенням;
- на другому етапі оцінка фінансово-майнового стану підприємства здійснюється за тенденційними показниками і формування їх рейтингу відбувається за інтегральним показником їх діяльності.

Інтегральна оцінка фінансово-майнового стану дає можливість в узагальненому вигляді представити діяльність підприємства на ринку та визначити рейтинг ефективності його господарювання. Це дозволить суб'єктам ринкових відносин визначитись із найефективнішими способами інвестування

капіталу і очікувати зростання віддачі від використовуваних ресурсів в умовах їх обмеженості.

### ***Тема 3.6 Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Трансформація (реструктуризація) підприємств у процесі розвитку***

1. Сучасні моделі розвитку підприємств
2. Поняття про диверсифікацію діяльності підприємства
3. Реструктуризація та трансформаційні процеси на підприємстві
4. Фінансова санація підприємства

#### ***1. Сучасні моделі розвитку підприємств***

У сучасній теорії організації та практиці управління використовується як термін **«розвиток підприємства»**, так і термін **«організаційний розвиток»**. І хоча це синоніми, але за другим словосполученням закріпилося дещо інше тлумачення. Зараз під організаційним розвитком розуміють діяльність менеджерів, спрямовану на зміну основних аспектів діяльності підприємства з метою підвищення ефективності її діяльності. Тобто, говорячи про організаційний розвиток, маються на увазі поведінкові та технологічні (технології управління) аспекти менеджменту, відповідно, вивчаються ці питання в курсах організаційної поведінки та менеджменту. Для теорії організації більш важливим аспектом розгляду є інституційні аспекти, які більшою мірою пов'язані з властивостями організації як такої.

Розглянемо дві найбільш відомі концепції розвитку підприємства – концепцію життєвих циклів А. Адізеса та концепцію розвитку підприємства Л. Грейнера.

**Підприємство** – різновид соціокультурних систем, що створений людьми, і через це він не є вічними. Як будь-який організм, системи народжуються, зростають, старіють, вмирають, тобто їх життя циклічне. В теорії систем під життєвим циклом розуміється період від зародження системи до її загибелі.

В основі виділення стадій (фаз) життєвого циклу підприємства А. Адізеса – співвідношення двох параметрів діяльності підприємства – гнучкості і контрольованості.

**Гнучкість** – це здатність підприємства адаптуватися до зовнішніх і внутрішніх змін, а також здатність керівництва діяти поза жорсткими рамками правил і норм.

**Контрольованість** – це ступінь регламентації діяльності підприємства її членів, а також жорсткості механізмів координації і контролю.

Перш ніж характеризувати окремі стадії життєвого циклу, зупинимось на наступному:

- не існує чітких індикаторів переходу від однієї стадії до іншої.

- тривалість стадій чітко не визначається. У кожному підприємстві вона може бути своя. Більш того, тривалість кожної стадії залежить від актуального рівня розвитку економіки тієї або іншої країни.

Рано чи пізно підприємство проходить всі ці стадії (але, цілком можливо, не за життя одного покоління людей).

З достатнім ступенем умовності стадії життєвого циклу можна згрупувати в два великі етапи – етап зростання і етап старіння:

*етап зростання* характеризується переважанням гнучкості над контрольованістю;

на етапі *старіння* – навпаки, контрольованість переважає над гнучкістю.

У процесі розвитку на кожній стадії підприємство стикається з труднощами і проблемами двох типів: *хвороби зростання*, яких практично неможливо уникнути і які можуть бути подолані самою організацією; організаційні патології, які важко вилікувати власними силами.

*Характеристика стадій життєвого циклу підприємства.*

### *I. Виходжування*

Підприємства ще немає фізично, але є бізнес-ідея і ентузіазм засновника або засновників. Відбуваються обговорення, опрацьовується місія, оцінюється ринок. У підприємця є орієнтація на продукт, але поки важко уявляється потреба ринку в цьому продукті. Цю стадію можна вважати завершеною і організація перейде на наступну стадію, якщо підприємець повірив в ідею, готовий узяти на себе ризик нової справи і може знайти фінансову підтримку.

### *II. Раннє дитинство*

На підприємстві гнучка, але нечітка структура, маленький бюджет, слабка система правил і процедур ведення справи. Персоніфікація персоналу. Слабка субординація, ієрархія слабо виражена. Кожне рішення – нове, таке, що створює прецеденти. Управління відбувається рефлексивно – від кризи до кризи. Стратегія компанії визначається більшою мірою зовнішніми діями (ринком, клієнтами і так далі).

Умови виживання на цій стадії і переходу до наступної: стабілізація грошових надходжень; відданість ідеї побудови стійкої організації.

### *III. Дитинство*

Цю стадію називають ще стадією швидкого зростання або стадією «давай-давай». Це стадія, коли забуваються труднощі і створюється враження про безхмарність подальшого шляху. З'являється схильність до невиправданої диверсифікації і «влізання» в нові сфери бізнесу.

З'являється формальна організаційна структура, але немає поки строгих посадових обов'язків, розвинене поєднання і перетин функцій.

Підприємець (засновник, власник) намагається делегувати повноваження, але побоюється втратити контроль над справою і співробітниками.

Підприємство діє методом проб і помилок, не може передбачати зміни в зовнішньому середовищі, що призводить до втрат і криз.

Головна умова уникнення краху на даній стадії: створення професійної адміністративної підсистеми.

#### *IV. Юність*

Це кризовий період, аналог перехідного віку у людей. Справа переростає можливості підприємця (засновників) і його ентузіазму стає мало. Типові варіанти вирішення цієї проблеми – децентралізація, делегування повноважень, ухвалення на роботу професійних менеджерів, які міняють всю систему управління організацією. Це, правда, призводить до конфліктів між старими і новими співробітниками, між професійними менеджерами і батьками-засновниками, підрозділами і окремими співробітниками.

На цій стадії зміцнюється організаційна культура, зростає ефективність адміністративних процедур і управління в цілому.

#### *V. Розквіт*

На стадії розквіту досягається оптимальне поєднання контрольованості і гнучкості. Організація орієнтована на результати і довгострокову стратегію розвитку. Добре працюють підсистеми прогнозування, планування і реалізації планів. Ростуть обсяги продажу, грошові надходження і прибуток.

Сформована організаційна структура і система службових повноважень.

При правильній стратегії і тактиці розвитку підприємство може знаходитися в даній стадії скільки завгодно довго. Але розквіт – це процес. І якщо в ході цього процесу підприємство не поповнюється свіжою кров'ю, втрачає заповзятливість і гнучкість, то неминучий перехід до наступних стадій.

#### *VI. Стабілізація*

На цій стадії з'являються перші ознаки старіння підприємства: вона починає втрачати гнучкість.

Підприємство знаходить стабільну ринкову нішу, але втрачає темп. З одного боку, стабілізація заспокоює, з іншої – виявляється небезпечною в перспективі, оскільки відчуття достатності вабить слабкі очікування щодо нових ринків і технологій. Знижується інтерес до інновацій.

Кількісні показники починають витісняти гнучке концептуальне мислення і, як наслідок, росте значущість фінансової підсистеми за рахунок зниження оцінки ролі маркетингової, інноваційної і дослідницької підсистем.

Керівництво зосереджується на минулих досягненнях і починає з підозрою ставитися до змін. Росте рутинізація і консерватизм.

#### *VII. Аристократизм*

Все більше уваги приділяється традиції, формалізм у спілкуванні і навіть одязі стає звичайним.

Підприємство володіє достатньо великими грошовими коштами і запасами, але гроші витрачаються на зміцнення системи контролю, облаштування, страхування. Збереження грошових надходжень відбувається за рахунок підвищення цін при тому ж або гіршому рівні якості. Розвиток відбувається не за рахунок власних розробок і інновацій, а за рахунок покупки інших компаній, до власних же ініціатив і нововведень складається негативне ставлення.

Підприємство стає менш активним в плані довгострокових перспектив, нормою є короткострокові і гарантовані результати.

### *VIII. Рання бюрократизація*

На цій стадії адміністративна підсистема думає перш за все про самозбереження. Організаційна культура рутинізується, правила і норми посилюються і гіперформалізуються. Зростає число непродуктивних ірраціональних конфліктів. У керівництві починається відкрита боротьба і пошук винуватих у появі несприятливих тенденцій, а не причин їх виникнення.

### *IX. Бюрократизація*

На цій стадії поступово рвуться зв'язки із зовнішнім світом і втрачається орієнтація на результат, робота багато в чому здійснюється вхолосту (папери, папери).

Немає працюючої команди, порушені інформаційні зв'язки між підсистемами, цілі підрозділу (в ліпшому випадку) і особисті цілі явно переважають над корпоративними, організацію покидають ініціативні і активні співробітники.

Працюють чіткі і жорсткі правила, розпорядження, процедури. Контроль набуває рис безглуздя, в ньому немає чіткої цільової спрямованості, панує культ письмової вказівки, наказу, розпорядження.

Загибель відбувається тоді, коли підприємство нікому вже не потрібне.

*Концепція еволюційного розвитку підприємства* була розроблена в 1970-х рр. американським ученим Ларрі Грейнером і до цих пір залишається популярною як серед теоретиків, так і серед практиків організаційної науки і менеджменту.

Л. Грейнер описує організаційне зростання і розвиток як еволюційну зміну певних періодів – стадій: підприємницька, колективістська, делегування, формалізації і співпраця.

На кожній стадії діяльність підприємства фокусується на якомусь конкретному аспекті; і завершується кожна стадія кризою, що несе загрозу виживанню підприємства. Якщо підприємство справляється з кризою успішно, то воно вступає в наступну стадію.

## ***2. Поняття про диверсифікацію діяльності підприємства***

До початку формування стратегії як економічної науки, що припадає на другу половину XX ст., поведінку на ринку обґрунтовувала мікроекономіка. Згідно її фундаментальних гіпотез єдиним критерієм покупця є ціна, а товари чи послуги не диференційовані. Слід відмітити, що такі уявлення дійсно були вірними для розвинутих країн, особливо у першій половині XX ст. Оптимальна стратегія успіху підприємства була проста: мінімізація витрат, що давала можливість продавати товар по нижчій ціні, ніж продавав конкурент. І оскільки це приводило до оптимізації долі ринку підприємства, таку стратегію називали стратегією ринкової долі або ринкової позиції.

Але вже у другій половині XX ст. чинники ринкового успіху помітно змінились. Відбулось насичення ринку і покупців уже не завжди влаштовував стандартний товар навіть по найнижчій ціні. Проявили себе групи покупців зі

специфічними потребами: різними смаками, різним соціальним статусом, різними купівельними можливостями тощо. Задоволення значно ширшої гами потреб стало критичним фактором успіху. А однією з найважливіших конкурентних стратегій стала стратегія диференціації товару. Тобто гіпотеза мікроекономіки про недиференційований товар на цьому етапі уже втратила смисл. Стратегію диференціації товару, на наш погляд, можна сформулювати наступним чином.

Стратегія диференціації товару є конкурентною стратегією, направленою на розширення асортименту товару (послуг), створення нових товарів з метою задоволення потреб всіх основних груп покупців шляхом вдосконалення технології виробництва.

Аналогічно у другій половині ХХ ст. втрачає домінуюче значення і друга гіпотеза мікроекономіки, за якою ціна є єдиним критерієм поведінки покупця. Досвід почав засвідчувати, що покупки здійснюються швидше під впливом іміджу товару (послуги). До того ж підприємства помітили, що перевагами і смаками споживачів можна управляти, що при допомозі грамотної реклами і умілого просування товару створюються нові потреби. В результаті ще однією важливою конкурентною стратегією стала диференціація ринку або диференціація іміджу товару.

*Стратегія диференціації ринку*, отже, - це конкурентна стратегія, направлена на формування нових потреб споживачів на нові товари підприємства шляхом ціленаправлених маркетингових заходів, особливо рекламних по створенню певного іміджу товару.

Оскільки, починаючи з другої половини ХХ ст., явища диференціації як товару так і ринку спостерігаються одночасно, їх спільний прояв вимагає проведення нової, уже корпоративної стратегії, яка називається диверсифікацією діяльності підприємства. Тобто диверсифікація починає виступати способом зміни напрямку його розвитку. Причому одним із головних способів на сучасному етапі, що характеризується значною турбулентністю середовища діяльності підприємств.

Поняття диверсифікації застосовується при формулюванні портфельної стратегії як один із чотирьох її компонентів, а саме як вектор росту або напрямок майбутньої сфери діяльності підприємства.

Диверсифікація діяльності підприємства – означає оновлення (диференціацію) і товару, і ринку підприємства одночасно, вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки.

Якщо вектор росту спрямований на розвиток ринку, то йдеться про формування попиту на нові товари підприємства і вибирається напрямок діяльності підприємства - розвиток маркетингу. Якщо ж вектор росту вказує на розвиток товару, то йдеться про створення нового товару і вибирається напрямок - зміна технології. Якщо ж вектор росту спрямований одночасно і на оновлення ринку, і на оновлення товару, тобто вибирається стратегія диверсифікації, то загальний напрямок простежується слабкіше ніж у

попередніх двох випадках, оскільки одночасно вдосконалюються і маркетингова діяльність і технологія виробництва.

Тобто, як уже зазначалось, диверсифікація означає (переважно) вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки. Здійснюватись вона може як через створення нових підприємств, так і шляхом скуповування з існуючих або злиття з ними. В результаті відбувається перехід від односторонньої виробничої структури (спеціалізації) до багатoproфільного виробництва.

Для прикладу, на початку 90-х років XX ст. серед 500 найбільших корпорацій США 90 % існували у формі багатогалузевих концернів, тобто були диверсифікованими. Переважна більшість із них мала у своєму складі підприємства в середньому 11 галузей, а наймогутніші - 30-50 галузей.

За великим рахунком диверсифікація, як порівняно нове явище, покликана до життя науково-технічною революцією, а саме необхідністю пристосування бізнесу до швидких структурних змін, посилення конкурентної боротьби внаслідок насичення ринку. В цих умовах диверсифікація використовує переваги комбінування, проникнення в нові прибуткові галузі.

І, головне, - стабілізує бізнес, робить його менш вразливим до спадів у тих чи інших галузях, оскільки, володіючи підприємствами в різних сферах економіки, диферсифіковане підприємство має змогу компенсувати спад збуту на ринку одних товарів його зростанням на інших. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства більш стійкі та конкурентно-здатні ніж вузькоспеціалізовані. Вони мають можливість переливати капітал у найприбутковіші галузі. Отже диверсифікація - це організаційно-економічний фактор підвищення ефективності виробництва.

Таким чином, значення диверсифікації діяльності підприємства в розробці і здійсненні його портфельної стратегії достатньо помітне. З одного боку, диверсифікація - один із важливих напрямків діяльності підприємства, тобто вказує, які конкретно стратегічні одиниці бізнесу і в яких стратегічних зонах господарювання будуть працювати в майбутньому. З другого боку, диверсифікація в значній мірі забезпечує стратегічну гнучкість портфеля підприємства, оскільки задоволення широкого кола потреб і застосування кількох технологій не допустить ситуації, коли несподівані зміни в одній із СОБ можуть привести до серйозних руйнівних наслідків в інших.

Отже диверсифікація, визначаючи частково в якими СОБ підприємство збирається працювати і як ці СОБ будуть зв'язані між собою, до певної міри разом з іншими компонентами визначає портфельну стратегію.

### ***3. Реструктуризація та трансформаційні процеси на підприємстві***

*Трансформація підприємства* – це спосіб зняття протиріч між вимогами ринку та застарілою логікою поведінки підприємства.

*Реструктуризація підприємства* – це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів,



спрямованих на реорганізацію підприємства, зміну форм власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів.

Залежно від характеру застосовуваних заходів розрізняють такі *форми реструктуризації*:

- 1) реструктуризація виробництва;
- 2) реструктуризація активів;
- 3) фінансова реструктуризація;
- 4) корпоративна реструктуризація (реорганізація).

*Реструктуризація виробництва* передбачає внесення змін до організаційної та у виробничо-господарської сфери підприємства з метою підвищення його рентабельності та конкурентоспроможності.

Йдеться насамперед про такі заходи:

- 1) зміна керівництва підприємства;
- 2) впровадження нових, прогресивних форм та методів управління;
- 3) диверсифікація асортименту продукції;
- 4) поліпшення якості продукції;
- 5) підвищення ефективності маркетингу;
- 6) зменшення витрат на виробництво;
- 7) скорочення чисельності зайнятих на підприємстві.

*Реструктуризація активів* передбачає наступні заходи:

- 1) продаж частини основних фондів;
- 2) продаж зайвого обладнання, запасів сировини та матеріалів;
- 3) продаж окремих підрозділів підприємства;
- 4) зворотний лізинг;
- 5) реалізація окремих видів фінансових вкладень;
- 6) рефінансування дебіторської заборгованості.

*Фінансова реструктуризація* пов'язана зі зміною структури і розмірів власного та позичкового капіталу, а також зі змінами в інвестиційній діяльності підприємства. Для цього здійснюються:

- 1) реструктуризація заборгованості перед кредиторами;
- 2) одержання додаткових кредитів;
- 3) збільшення статутного фонду;
- 4) заморожування інвестиційних вкладень.

Фінансова реструктуризація обов'язково повинна супроводжуватися реструктуризацією виробництва.

Найскладнішим видом реструктуризації є корпоративна реструктуризація, яка передбачає реорганізацію підприємства, що має на меті змінити власника статутного фонду, створення нових юридичних осіб та/або нову організаційно-правову форму діяльності. В межах такої реструктуризації виконують:

- 1) часткову або повну приватизацію;
- 2) поділ великих підприємств на частини;

3) виокремлення з великих підприємств підрозділів, зокрема об'єктів соціокультурного побуту та інших непрофільних підрозділів;

4) приєднання до інших чи злиття з іншими, потужнішими підприємствами.

*Форми реорганізації:*

Реорганізація підприємства може здійснюватися за такими формами:

1. Укрупнення підприємства

- Злиття.

- Поглинання.

- Приєднання.

2. Подрібнення підприємства:

- Поділ.

- Виділення.

3. Без зміни розмірів підприємства:

- Перетворення.

Укрупнення підприємства до основних мотивів, що можуть спонукати санатора до реорганізації поглинанням, приєднанням чи злиттям з підприємством, що перебуває у кризі можна віднести наступні:

- ефект синергізму – це умова, за якої загальний результат є більшим від суми часток. Ефект синергізму виникає завдяки економії на витратах, яка виявляється зі зростанням масштабів виробництва, збільшенню влади на ринку тощо;

- заволодіння ліцензіями, патентами, ноу-хау, які є в розпорядженні підприємства, що перебуває в кризі;

- отримання надійного постачальника факторів виробництва;

- податкові переваги. Прибуткова фірма може придбати компанію, яка має від'ємний об'єкт оподаткування, і таким чином тримати економію на податкових платежах;

- придбання активів за ціною, нижчою за їх вартість заміщення, передача технологічних і управлінських знань та навичок (технологічні трансферти) тощо;

- диверсифікація активів та діяльності з метою зменшення ризиків;

- попередження захоплення компанії великими корпоративними «хижаками» та збереження контролю над підприємством.

*Злиття* кількох підприємств в одне означає об'єднання підприємства, яке перебуває у фінансовій кризі, з іншим, фінансово стійким підприємством. У разі злиття підприємств усі майнові права та обов'язки кожного з них переходять до новоствореного підприємства.

Бухгалтерські баланси підприємств консолідуються. Під час такої реорганізації активи і пасиви підприємств, що реорганізуються, у повному обсязі передаються підприємству- правонаступнику. Підприємства, які злилися, припиняють господарську діяльність і втрачають свій юридичний статус.

*Приєднання* – це спосіб корпоративної реструктуризації, який передбачає приєднання всіх прав та обов'язків однієї або кількох юридичних осіб –

правопопередників до іншої юридичної особи- правонаступника. В результаті такої реструктуризації підприємства, що приєднуються, вилучаються з державного реєстру та втрачають свій юридичний статус.

Принципова різниця між злиттям та приєднанням полягає в тому, що в першому випадку всі майнові права та обов'язки кількох юридичних осіб концентруються на балансі підприємства, яке створюється, а в другому – на балансі підприємства, що вже функціонує на момент прийняття рішення про приєднання.

*Поглинання* полягає в придбанні корпоративних прав фінансово неспроможного підприємства підприємством-санатором. Реорганізацію поглинанням слід відрізняти від продажу майна боржника як цілісного майнового комплексу, що розглядається як один із методів санації підприємства в ході провадження справи про банкрутство. В цьому випадку йдеться про викуп майна підприємства, а в разі поглинання – про придбання корпоративних прав. Поглинуте підприємство може або зберегти свій статус юридичної особи і стати дочірнім підприємством санатора, або бути приєднаним до підприємства-санатора і стати його структурним підрозділом, втративши при цьому юридичний статус.

Майнові права та зобов'язання боржника переходять до правонаступника.

*Подрібнення підприємства.*

*Поділ* – це спосіб реорганізації, який полягає в тому, що юридична особа припиняє свою діяльність, а на її базі створюється декілька нових підприємств, оформлених у вигляді самостійних юридичних осіб.

У результаті поділу підприємства до новостворених підприємств за розподільним актом (балансом) у відповідних частинах переходять майнові права і обов'язки (активи та пасиви) реорганізованого підприємства.

*Реорганізація виділенням* полягає у виокремленні зі складу діючого підприємства одного чи кількох структурних підрозділів згідно з рішенням їх трудових колективів і за згодою власників або уповноваженого ними органу. Під час виокремлення з підприємства одного чи кількох нових підприємств до кожного з них переходять за розподільним актом (балансом) у відповідних частинах майнові права і обов'язки реорганізованого підприємства.

Реорганізація виділенням передбачає, що частина активів і пасивів підприємства, яке реорганізується, передається правонаступнику або декільком правонаступникам, утворюваним унаслідок реорганізації.

Підприємство, що реорганізується, продовжує свою фінансово-господарську діяльність. Воно не втрачає статусу юридичної особи, а лише вносить зміни до установчих документів згідно з чинним законодавством.

Коли йдеться про виокремлення, нова юридична особа (особи) створюється з використанням лише частини належного реорганізованому підприємству майна. Залишкова частина є базою для продовження господарської діяльності. Під час виокремлення реорганізоване підприємство не виключається з державного реєстру.

*Без зміни розмірів підприємства.*

*Перетворення* – це спосіб реорганізації, що передбачає зміну форми власності або організаційно-правової форми юридичної особи без припинення господарської діяльності підприємства. Коли одне підприємство перетворюється на інше, до підприємства, яке щойно виникло, переходять усі майнові права та обов'язки колишнього підприємства.

Частка (у відсотках) кожного засновника (учасника) у статутному фонді підприємства, що реорганізується, має дорівнювати його частці у статутному фонді товариства, створеного в результаті перетворення.

У разі перетворення закритого акціонерного товариства на відкрите і навпаки номінальна вартість та кількість акцій акціонерного товариства, створеного в результаті перетворення, має дорівнювати номінальній вартості та кількості акцій акціонерного товариства на момент прийняття рішення про реорганізацію, якщо рішення про перетворення не передбачає збільшення статутного фонду підприємства.

#### *Очікувані ефекти від реструктуризації підприємств*

Ефекти реструктуризації стосуються зазвичай усіх сфер господарської активності підприємства. Це випливає з того факту, що підприємство є багатовимірною господарською структурою – системою, в якому кількісні і якісні зміни, що відбуваються в одному вимірі досліджуваної структури, тягнуть за собою, через взаємні залежності, зміни інших структур, які описують функціональні та організаційно-технологічні зв'язки підприємства.

*Головними сферами, в яких очікується покращення економічної ефективності підприємств завдяки реструктуризації, є:*

майно, фінанси, організація, персонал, виробництво і продаж.

Можна виділити такі сфери діяльності підприємства, реструктуризація яких у відношенні до конкретного випадку була першопричиною змін на підприємстві, а також виділити ключові і другорядні ефекти.

Характерною властивістю ефектів реструктуризації є те, що їх величина, масштаб, а також сфери появи істотно залежать від виду реструктуризації, сфери діяльності або предметного діапазону, у зв'язку з чим у процесі аналітичного дослідження ефектів реструктуризації необхідно:

- визначити цілі реструктуризації і їх ієрархію, яка віднесена до різних часових горизонтів планування підприємства (стратегічного, теоретичного і операційного);

- описати зовнішні та внутрішні умови діяльності підприємства, оскільки місцем виникнення ефектів є не лише дане підприємство, але і його макро- і мікрооточення;

- мати на увазі, що не всі ефекти є придатними для безпосередньої фінансової оцінки, тому не можуть бути порівнювані між собою.

#### **4. Фінансова санація підприємств**

Заходи щодо оздоровлення фінансової системи України можуть дати позитивні результати тільки за умови санації фінансів базової ланки економіки —

підприємств.

Останнім часом у країні зберігається стійка тенденція щодо збільшення кількості фінансово нестійких підприємств. Як наслідок, найбільша кількість позовних заяв до арбітражних судів надходить у зв'язку із банкрутством підприємств. Водночас банкрутство підприємства та його ліквідація означають не тільки збитки для його акціонерів, кредиторів, виробничих партнерів, споживачів продукції, а й зменшення податкових надходжень у бюджет, збільшення рівня безробіття, що в свою чергу може стати одним із чинників макроекономічної дестабілізації. Суттєвим є те, що серед підприємств, справи про банкрутство яких знаходяться на розгляді, дуже багато таких підприємств, які тимчасово потрапили у скрутне становище. Вартість їхніх активів набагато більша за дебіторську заборгованість. За умови санації (оздоровлення) чи реструктуризації ці підприємства можуть розрахуватися з боргами і успішно функціонувати далі.

У зв'язку з цим вивчення теми "Фінансова санація та банкрутство підприємств" є дуже актуальними.

Термін "санація" походить від лат. sanare — оздоровлення, або видужання.

Санація — це система фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів, спрямованих на досягнення чи відновлення платоспроможності, ліквідності, прибутковості та конкурентоспроможності підприємства-боржника в довгостроковому періоді.

Мета фінансової санації — покриття поточних збитків та усунення причин їх виникнення, поновлення ліквідності та платоспроможності підприємства, скорочення всіх видів заборгованості, поліпшення структури оборотного капіталу та формування фінансових ресурсів, необхідних для проведення санаційних заходів виробничо-технічного характеру.

Санація може відбуватися злиттям підприємства, яке перебуває на межі банкрутства, з потужною компанією; випуском нових акцій або облігацій для мобілізації грошового капіталу; збільшенням банківських кредитів і наданням урядових субсидій; перетворенням короткострокової заборгованості на довгострокову; повною або частковою купівлею державою акцій підприємства, що перебуває на межі банкрутства.

Санаційні заходи умовно можна поділити на чотири типи .

За критеріями формалізації порядку здійснення процедур санації їх можна класифікувати на досудові і судові.

Досудова санація, відповідно до положень Закону України "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" від 1999 р., спрямована на запобігання порушення у провадженні справи про банкрутство і здійснюється, як правило, на основі спеціального законодавства.

Судова процедура санації відбувається в судовому процесі банкрутства згідно з нормами законодавства про неспроможність (банкрутство) підприємства.

За джерелами мобілізації фінансових ресурсів, розрізняють автономну та гетерономну санацію.

Автономна санація передбачає фінансування оздоровлення підприємства за рахунок його власних ресурсів і коштів, наданих власниками та іншими особами (без залучення в санаційний процес сторонніх осіб).

Гетерономна (зовнішня) санація характеризується участю в ній сторонніх осіб, зокрема банків та інших кредиторів, клієнтів, держави.

Рішення щодо проведення фінансової санації підприємства може прийматися в ряді визначених випадків.

Цілісний погляд на етапи розробки санаційної концепції окремого підприємства представляє собою "класична модель санації", яка широко використовується як основа для розробки механізму фінансового оздоровлення суб'єктів господарювання в країнах із розвинутою ринковою економікою.

Згідно з класичною моделлю процес фінансового оздоровлення підприємства починається з виявлення та аналізу фінансової кризи на підприємстві. На основі первинних бухгалтерських документів визначаються зовнішні та внутрішні фактори кризи, а також реальний фінансовий стан підприємства.

### ***Тема 3.7 Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність***

- 1 Організаційно-економічні передумови антикризового управління
- 2 Протиріччя та розбіжності у розвитку підприємства, що призводять до кризових явищ і процесів
- 3 Економічні механізми протидії кризовим явищам і процесам
- 4 Методика діагностики фінансово-економічного стану підприємства

#### ***1 Організаційно-економічні передумови антикризового управління***

Криза є невідворотним явищем будь-якого сучасного ринку, відображає об'єктивні процеси структурної перебудови господарства. Кризовий процес – це розвиток, який впливає на налагоджену структуру зв'язків. Природа кризових явищ і сьогодні залишається у полі зору теоретичних проблем, серед дослідників не існує єдиного погляду на неї. Криза має руйнівний характер, призводить до деформації соціально-економічних відносин, пропорцій у структурі потенціалу підприємства. Разом з тим, низка дослідників стверджує, що криза має і оздоровчий характер, стимулює процеси оновлення основного капіталу та пошук шляхів і резервів зменшення витрат, стабілізації доходів тощо. Отже, протидія кризовим явищам може розглядатися і як один із

важливих заходів забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства. Взагалі ж до таких заходів варто віднести наступні:

- забезпечення техніко-економічних та якісних показників, що створюють пріоритетність продукції (послуг) підприємства на ринку;
- зміна якості виробу через зміну таких техніко-економічних параметрів з метою врахування вимог споживача, підвищення уваги до надійності продукції;
- виявлення та забезпечення переваг продукту порівняно з іншими конкурентами;
- дослідження заходів, що вживаються конкурентами з метою удосконалення аналогічних продуктів тощо.

Підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку сприяє реалізація низки наступних принципів:

- спрямованість дій усіх працівників та системи менеджменту на реалізацію місії підприємства;
- створення творчої атмосфери у колективі;
- мінімізація управлінського персоналу.

Як ми вже зазначали, проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку щільно пов'язана і з проблемою забезпечення якості продукції. При цьому якість найчастіше розглядається як певною мірою синтетичний показник, що відображає сукупний прояв багатьох чинників – як економічних, так і організаційних. Сучасні умови зростаючої конкуренції на національному ринку вимагають від власників (керівників) підприємств незалежно від їх розмірів та форм власності, приділення усе більшої уваги проблемам забезпечення якості. Сьогодні якість продукції (послуг) є основною передумовою виживання підприємства у конкурентному середовищі. Але, як переконує світова практика, шанси на перемогу у конкурентній боротьбі мають лише ті, хто керується загальновизнаними принципами управління потенціалом, постійно дбають про оптимізацію механізмів та інструментарію протидії кризовим явищам і процесам. Безумовно, усі принципи є важливими, але акцент варто зробити на орієнтацію на споживача, визнання його вимог найбільшим пріоритетом для будь-якого виробника, оскільки для споживача саме система якості продукції найчастіше є гарантом звернення саме до цього підприємства.

Тому серед механізмів та інструментарію протидії кризовим явищам і процесам має стати орієнтація на якомога повне задоволення постійно змінюваних вимог споживачів, що потребує постійної та наполегливої діяльності у напрямку вивчення потреб ринку. А це допоможе сформулювати на підприємстві поважливе ставлення до споживача, його вимог.

Забезпечення стабілізації функціонування суб'єктів господарювання вимагає проведення досконалої інноваційної політики. Така політика на кожному підприємстві має бути спрямованою на подолання технічної відсталості, прискорення розвитку наукомістких сфер виробництва, створення нових конкурентоспроможних виробництв. Сучасна інноваційна політика підприємства за своїм змістом являє сукупність науково-технічних,

виробничих, управлінських та інших заходів, пов'язаних з оптимізацією просування продукції (послуг) підприємства на ринок. Інноваційна політика має розглядатися як важливий елемент інструментарію боротьби з кризовими процесами.

Забезпечення виживання підприємства у перспективі вимагає розгляду кризового стану як об'єкту управління.

Завданням антикризового управління є вплив на проблеми, а також на окремі чинники, що призводять до появи кризових явищ і процесів, на усі прояви загострення протиріч. Будь-яке управління має бути антикризовим. Звідси сутність антикризового управління можна характеризувати наступним:

- кризи можливо передбачати, упереджувати, пом'якшувати. Через недосконалість системи менеджменту кризи інколи прискорюються;
- з метою ефективного впливу на формування кризових явищ і процесів та їх упередження на підприємстві має опрацьовуватися система відповідних заходів;
- у разі настання кризи управління потребує особливих додаткових підходів, спеціальних знань, досвіду та мистецтва;
- кризові явища і процеси з позицій економічної теорії розглядаються як керовані;
- ефективне антикризове управління має бути спрямованим на мінімізацію негативних наслідків від прояву кризи.

Процеси та технології антикризового управління характеризуються наступними ознаками:

- мобільність та динамічність використання ресурсів, реалізації інноваційних програм;
- використання програмно-цільового підходу у технологіях розробки та реалізації управлінських рішень;
- посилення чинника часу у процесі управління;
- оцінка наслідків за кожним з можливих до прийняття управлінських рішень тощо.

Система антикризового управління буде ефективною у разі наявності наступних особливих властивостей:

- гнучкість та адаптивність – управлінські рішення мають бути прийняті швидко, з урахуванням тенденцій, що склалися на ринку;
- посилення неформального впливу на працівників підприємства;
- диверсифікація форм, методів та видів управління, пошук найбільш ефективних методів;
- посилення інтеграційних процесів, що дозволить концентрувати зусилля та ефективно використовувати потенціал підприємства.

Ефективність антикризового управління залежить від застосовуваних механізмів впливу. Підвищенню ефективності антикризового управління сприяють такі механізми, де пріоритети надаються:

- а) мотивації, орієнтованої на ресурсоощадне використання потенціалу;



б) забезпечення соціально-психологічної стабільності у колективі підприємства;

в) інтеграції професійних знань, умінь, навичок та досвіду працівників усіх категорій та підрозділів підприємства;

г) пошуку альтернативних варіантів антикризових управлінських рішень;

д) спрямуванню на інноваційний розвиток.

Зазначене у сукупності відображає стиль управління, який в умовах необхідності попередження кризових явищ та нейтралізації чи усунення негативних наслідків характеризується наступними рисами:

- професіоналізм менеджерів усіх рівнів;
- довіра до представників системи менеджменту з боку переважної більшості колективу підприємства;
- цілеспрямованість;
- інноваційність управлінських рішень;
- вміння брати на себе відповідальність за прийняті управлінські рішення.

## ***2 Протиріччя та розбіжності у розвитку підприємства, що призводять до кризових явищ і процесів***

В економічній літературі криза розглядається як об'єктивна риса та передумова розвитку будь-якої господарюючої системи. Кризові явища у діяльності системи проявляються у формі різкого загострення протиріч, які виникають у процесі взаємодії окремих її елементів як між собою, так і з зовнішнім оточенням. Найпоширенішими серед протиріч, що виникають на підприємствах, є наступні:

- між кількісними та якісними характеристиками продукції чи послуг та відповідними характеристиками ринкового попиту;
- між фактичною та необхідною потужністю підприємства;
- між необхідним обсягом ресурсного потенціалу, який споживає підприємство, та можливостями його залучення (цінами ресурсів, відстанями доставки тощо);
- між вартістю, отриманою після реалізації продукції чи послуг та витратами підприємства, які мають бути відшкодованими за рахунок отриманого доходу;
- між розподілом прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, на виробничий та соціальний розвиток.

Розбіжності поступово посилюються, що може призвести до наступного:

- порушення рівноваги економічної системи;
- погіршення стану потенціалу підприємства;
- поступова втрата життєздатності підприємства;
- утворення дефіциту окремих ресурсів;
- ускладнення щодо подальшого розвитку підприємства.

На формування та посилення кризових явищ впливає низка чинників, які класифікують за наступними ознаками:

1. У залежності від місця виникнення кризових чинників:

- внутрішні (ендогенні);
- зовнішні (екзогенні).

2. У залежності від наслідків прояву окремих чинників:

– загальні – їх дія призводить до погіршення загальних умов господарської діяльності;

– специфічні – їх вплив погіршує перспективи підприємства в окремих сферах діяльності;

– індивідуальні – їх дія безпосередньо призводить до банкрутства підприємства.

3. У залежності від ступеня впливу:

- основні;
- другорядні.

4. У залежності від ступеню взаємно обумовленості:

- незалежні;
- похідні.

5. У залежності від часу дії:

- постійні;
- тимчасові.

6. У залежності від факту настання кризи:

- фактичні;
- потенційні.

Зважаючи на наявність потенціалу, важливим є визначення кризових чинників у залежності від виду ресурсів, які використовуються підприємством, зумовлюють рівень ефективності його діяльності, а саме:

1) технічні ресурси – незадовільний стан та якість окремих елементів матеріально-технічної бази підприємства, сировини, основних та допоміжних матеріалів; висока матеріаломісткість виробництва, значні втрати;

2) технологічні ресурси – використання застарілих технологій, їх низька продуктивність;

3) трудові ресурси – низький рівень кваліфікації персоналу, плинність кадрів, слабка мотивація праці, відсутність на підприємстві соціальних програм;

4) інформаційні ресурси – відсутність доступу до необхідної інформації, незадовільний стан інформаційного забезпечення підприємства;

5) організаційні ресурси – неефективність організаційної форми виробництва та системи менеджменту на підприємстві;

6) фінансові ресурси – недостатність власного капіталу, його низька мобільність, неефективність залучених джерел фінансових коштів;

7) просторові ресурси – відсутність можливостей територіальної диверсифікації діяльності підприємства чи зміни ринку збуту вироблюваної продукції тощо.

Бажання підприємства щодо власного функціонування на ринку у перспективі потребує подолання кризи. У разі виникнення кризових явищ як наслідку загострення розбіжностей в окремих елементах системи без погіршення режиму діяльності основних функціональних складових мають місце локальні кризи.

Поява та розповсюдження кризових явищ в окремих елементах системи лише на початку відбуваються ізольовано один від одного. У ході розвитку та поглиблення окремі локальні кризи переплітаються та формують підґрунтя для переходу до системної кризи.

Виокремлюють такі локальні сегменти прояву кризових явищ:

1) криза збуту, зумовлена невідповідністю обсягу і структури вироблюваної продукції (послуг) та структури попиту;

2) криза діяльності – пов'язана з порушенням відповідності між можливостями виробничої системи та їх реалізацією у межах обраної ніші ринку;

3) фінансова криза – проявляється у неможливості отримання необхідних фінансових ресурсів;

4) управлінська криза – зумовлюється невідповідністю стилю, методів та засобів управління підприємством його статусу, стратегічним цілям, якості персоналу тощо;

5) криза організаційної структури – причиною тут є невідповідність між організаційно-правовою формою господарювання, формою власності, внутрішньою організаційною структурою та масштабами діяльності підприємства, характеристикам і елементів його ресурсного потенціалу;

6) криза платоспроможності – вона визначається як невідповідність між грошовими доходами та витратами підприємства, що призводить до періодичної чи постійної неможливості фінансування поточної діяльності та виконання взятих на себе зовнішніх зобов'язань.

Однією з поширених причин виникнення кризового стану на підприємстві є конфлікт цілей. Можливості розв'язання конфліктів цілей полягають у наступному:

– домінування цілей – одна з них виокремлюється як головна, лише після цього приймаються інші;

– упорядкування цілей за значенням (їх ранжування);

– антагонізм цілей – незважаючи на непримиренність, цілі залишаються для виконання, але у різних сферах господарської діяльності підприємства та у різний час;

– зближення цілей - конфліктуючі цілі трансформуються у єдину, ієрархічно упорядковану систему;

– компроміс цілей.

З метою недопущення конфлікту цілей є сенс визначати у ході аналізу внутрішнього стану підприємства та ефективності використання його потенціалу причини невідповідності цілей умовам ринку. Відповідна методика запропонована Д.Міллером і М.Старром (аналіз „причин субоптимізації”):

1) діяльність економічної системи не можна описати та визначити одним показником;

2) множинність цілей необхідна для відображення різноманіття зв'язків економічної системи зі складним зовнішнім середовищем та його окремими елементами;

3) всередині економічної системи єдність цілей є уявною: кожна група працівників, кожен індивід, що певним чином є причетним до цієї економічної системи, керуються власними інтересами, а це містить у собі ознаки потенційного конфлікту;

4) необхідність цілей зумовлена дисбалансом часових характеристик та змісту управлінських рішень;

5) менеджери завжди приймають рішення за умов хронічної нестачі необхідної інформації, засобів її обробки.

Варто зауважити, що характеристика цілей підприємства та їх ролі у виникненні чи запобіганні кризових явищ слід доповнити і поняттями процесів їх ідентифікації та адаптації.

Процес ідентифікації – це взаємозв'язок ототожнення окремими особами, причетними до функціонування економічної системи, її цілей з власними цілями. Отже, чим більшим є розбіжність, тим вірогіднішою є і можливість виникнення кризи на підприємстві.

Процес адаптації – це дії, за допомогою яких індивіди намагаються впливати на цілі економічної системи, змінюючи їх.

На формування цілей підприємства мають вплив носії різних інтересів. Результат інтеграції зазначених інтересів також визначає передумови виникнення кризових явищ на підприємстві. До носіїв інтересів належать:

- власники – за рахунок розвитку економічної системи вирішують власні життєві проблеми;

- працівники – своєю працею забезпечують існування економічної системи, за свою працю отримують компенсацію, за рахунок неї вирішують власні життєві проблеми;

- споживачі – за продукцію чи послуги, надані економічною системою, віддають їй власні ресурси (найчастіше – у формі грошей), задовольняючи свої життєві потреби;

- партнери по ринку – надають підприємству різноманітні послуги (як матеріального, так і нематеріального характеру), а за це отримують від нього відповідну плату;

- населення регіону, де розташоване підприємство – формує соціальне, екологічне та економічне середовище існування економічної системи, переважно виступає і як споживач продукції чи послуг цього підприємства;

- суспільство у цілому – отримує від підприємств частку створюваного багатства (через податки та формування різноманітних фондів) для забезпечення суспільних потреб. За думкою К.Маркса, підприємство у суспільстві створюється там і тоді, де виникає у ньому потреба, оскільки члени

суспільства виступають і як споживачі продукції чи послуг будь-якого підприємства.

Інтереси усіх зазначених носіїв відображаються у місії підприємства.

Обрання ефективних механізмів та інструментів запобігання та протидії кризовим явищам вимагає врахування опору змінам.

Під опором змінам розуміють багатогранні явища, що викликають не передбачувані відстрочки, додаткові витрати та нестабільність процесу просування підприємства до окреслених орієнтирів. Такий опір проявляється завжди у відповідь на будь-які зміни. Опір змінам є проявом ірраціональної поведінки економічної системи, відмови визнати нові риси реальності, розмірковувати логічно та реалізовувати на практиці висновки логічного мислення.

Опір являє собою природний прояв різноманітних психологічних настанов стосовно раціональності, згідно яким групи та окремі індивіди взаємодіють один з одним.

Причини опору можна простежити за реакцією окремих осіб, а також за спільними діями груп індивідів. Відомо, що людина чинить опір змінам тоді, коли вона не відчуває себе у безпеці.

Опір змінам властивий будь-яким категоріям працівників, але найгірші наслідки від нього тоді. Коли це стосується представників управлінської ланки. Для представників системи менеджменту опір змінам є характерним у наступних випадках:

- змушений ризикувати, а це є протиріччям його натури;
- відчуває, що внаслідок змін він може залишитися зайвим;
- не здатен виконувати нову роль, відведену йому внаслідок змін;
- відчуває, що він втрачає „обличчя” в очах керівництва;
- не здатний, або не бажає навчатися новому ремеслу та освоювати новий тип поведінки.

Слід зауважити, що у межах одного підприємства можна зустріти як опір, так і підтримку змін.

До основних чинників, що впливають на формування опору змінам, відносять наступні:

- ступінь невідповідності організаційної (корпоративної) культури та структури влади майбутнім змінам;
- тривалість періоду запровадження змін;
- загрози втрат престижу та влади і пов'язані з ними інші ускладнення для окремих представників системи менеджменту;
- наслідки змін для економічної системи;
- відданість працівників підприємству тощо.

Боротьбу з опором змінам корисно розпочати зі створення так званого „стартового майданчика”, для цього необхідно:

- провести аналіз внутрішнього стану підприємства;
- скласти прогноз поведінки працівників;
- усунути надлишковий опір;

- створити опорну базу з числа прибічників змін;
- опрацювати та внести до плану заходи з нейтралізації опору.

Неефективність механізмів та інструментарію запобігання кризовим явищам і процесам призводить до банкрутства підприємства. Закон України „Про банкрутство” визначає банкрутство як пов’язану з браком активів у ліквідній формі неспроможність суб’єкта господарювання задовольнити у передбачений термін пред’явлені до нього з боку кредиторів вимоги та виконати зобов’язання перед бюджетом.

Згідно до Господарського кодексу України у разі нездатності суб’єкта підприємництва після настання встановленого терміну виконати свої грошові зобов’язання перед іншими особами, територіальною громадою або державою інакше як через відновлення його платоспроможності цей суб’єкт (боржник) визнається неспроможним.

Нездатність боржника відновити власну платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів інакше як через застосування визначеної судом ліквідаційної процедури вважається банкрутством.

Кредиторами неплатоспроможних боржників є суб’єкти, які мають підтверджені відповідно до чинного законодавства вимоги до боржника щодо грошових зобов’язань, включаючи і тих кредиторів, вимоги яких повністю або частково забезпечені заставою.

Характерними симптомами банкрутства є:

- 1) падіння обсягів реалізації продукції;
- 2) спад попиту на продукцію;
- 3) зменшення прибутковості господарської діяльності;
- 4) звуження сегменту ринку;
- 5) збільшення обсягів неліквідних оборотних коштів;
- 6) неритмічність виробництва;
- 7) низький рівень ефективності використання потенціалу підприємства;
- 8) зростання витрат;
- 9) падіння продуктивності праці;
- 10) скорочення кількості робочих місць тощо.

Практика переконує, що такі симптоми не проявляються поодинокі, підприємства відчувають їх сукупний вплив.

Існує низка чинників, що врешті решт призводять до банкрутства, а саме:

- невдале визначення місії підприємства;
- відсутність підприємницьких здібностей у власника;
- недосконалість системи менеджменту;
- низький рівень кваліфікації виконавців тощо.

Це чинники внутрішнього характеру, тобто ті, що цілком залежать від суб’єктивного впливу. Разом з тим, банкрутству сприяють поряд з дією зазначених, також і чинники макроекономічного характеру, серед яких зазвичай згадують недосконалість фіскальної системи у державі; неадекватність кредитно-грошової (банківської) політики; декларативність державних програм розвитку економіки, підтримки національного виробника та багато інших.

### ***3 Економічні механізми протидії кризовим явищам і процесам***

Механізми управління. Спрямовані на протидію кризовим явищам, являють собою систему впливу на об'єкт з метою досягнення бажаного результату. Така система містить сукупність елементів, взаємодія між якими призводить механізм у рух.

Отже, у широкому розумінні механізми та інструменти протидії кризовим явищам розглядають як відповідну організацію господарського процесу.

Активізація управлінського впливу з метою протидії кризовим явищам починається з моменту виявлення кризи. Ідентифікація кризи може здійснюватися через управлінську функцію контролю. Прояв функції контролю залежить від специфіки ситуації, що складається на підприємстві, яка і визначає алгоритм здійснення контролю.

У протидії кризовим процесам вагоме місце посідає економічна безпека підприємства як універсальна категорія, що віддзеркалює захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на усіх рівнях. Для підприємства економічна безпека відображає захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, здатність швидко усунути різнохарактерні загрози, адаптуватися до умов, що склалися і негативно відбиваються на його діяльності. Крім того, розглядаючи це поняття у межах тривалого відтинку часу, варто акцентувати, що його зміст включає систему заходів, які у сукупності забезпечують конкурентоспроможність і економічну стабільність підприємства, сприяють підвищенню рівня добробуту працівників.

Оскільки економічна безпека охоплює широкий спектр проблем, що зумовлюють її необхідність, доцільно зупинитися на її класифікації:

1) технологічна безпека - ступінь спрацювання основних виробничих засобів, завантаженість устаткування, введення у дію нових виробничих засобів тощо;

2) ресурсна безпека – забезпеченість виробництва основними видами ресурсів переважно за рахунок власних джерел; важливим тут є оцінка наявних ресурсів;

3) фінансова безпека – динаміка прибутку, розмір заборгованості, рентабельність, ліквідність;

4) соціальна безпека – розмір мінімальної заробітної плати, показник середньої заробітної плати по підприємству та по галузі; чисельність працівників на підприємстві, їх віковий склад; витрати працівників на харчування; тривалість робочого часу тощо;

5) екологічна безпека – витрати на дотримання екологічних норм; втрати від сплати штрафних санкцій за порушення екологічних норм; втрати від закриття для продукції підприємства ринків інших держав з жорсткішими нормами екологічної чистоти продукції.

Отже, економічна безпека – це такий стан потенціалу підприємства, за якого гарантується найбільш ефективно його використання, стабільне функціонування господарської системи, її подальший розвиток.

Забезпечення на будь-якому підприємстві економічної безпеки потребує аналізу її рівня, який передбачає наступне:

- 1) визначення структури негативних впливів на кожен функціональний елемент у структурі потенціалу підприємства;
- 2) розподіл об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів;
- 3) опрацювання низки попереджувальних заходів за окремими складовими економічної безпеки;
- 4) оцінка ефективності попередніх заходів щодо нейтралізації негативного впливу;
- 5) визначення причин недостатньої ефективності заходів, здійснених для подолання фактичних та гіпотетичних негативних впливів на економічну безпеку та окремі складові у сукупності потенціалу підприємства;
- 6) оцінка вартості кожного із запропонованих заходів.

Для оцінки рівня економічної безпеки слід розраховувати сукупний її критерій (це порівняльна характеристика з аналогічними підприємствами галузі) та за окремими функціональними складовими.

Рівень економічної безпеки на кожному підприємстві залежить від того, наскільки ефективно власник та представники системи менеджменту будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати негативні наслідки впливу як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. При цьому джерелами негативного впливу можуть бути:

- свідомі чи несвідомі дії посадових осіб та суб'єктів господарювання;
- дії органів державної влади та місцевого самоврядування;
- дії міжнародних організацій;
- дії конкурентів;
- збіг об'єктивних обставин.

До головних цілей формування економічної безпеки підприємства належать:

- 1) забезпечення фінансової стійкості та незалежності;
- 2) досягнення лідерства у технологіях;
- 3) забезпечення високого конкурентного статусу;
- 4) підвищення ефективності менеджменту;
- 5) оптимізація використання потенціалу підприємства;
- 6) мінімізація руйнівного впливу зовнішнього середовища;
- 7) забезпечення функціонування підприємства у межах правового поля;
- 8) захист власної комерційної таємниці.

Серед макроекономічних елементів у механізмах протидії кризовим явищам і процесам на підприємстві слід зазначити структурну перебудову. Її економічна необхідність пояснюється тим, що сучасний стан економіки України характеризується деформованою структурою виробництва, отже,



одним із стратегічних завдань ефективного розвитку потенціалу підприємства є його структурна перебудова (реструктуризація).

Процес реструктуризації – це спосіб усунення суперечностей між змінюваними вимогами ринку та неадекватною концепцією дій підприємства. З позицій економічної теорії процес реструктуризації – це здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, системи управління ним, форми власності. Такий комплекс заходів спрямований на відновлення стійкої життєдіяльності підприємства, забезпечення можливості виживання у конкурентному середовищі на ринку у перспективі.

До основних результатів здійснення процесу реструктуризації слід віднести:

- фінансове оздоровлення підприємства;
- збільшення обсягів випуску продукції (надання послуг);
- створення та поступове зміцнення конкурентного статусу;
- підвищення ефективності виробництва.

Особливе місце серед інструментарію запобігання кризовим явищам і процесам посідає так звана стратегічна реструктуризація. Вона забезпечує довготермінову конкурентоспроможність підприємства. Для здійснення стратегічної реструктуризації необхідно:

- визначити стратегічну мету підприємства;
  - опрацювати модель (концепцію) стратегії розвитку;
  - створити (накопичити) інструментарій для реалізації стратегічної мети.
- Як альтернативні варіанти проведення реструктуризації слід розглядати:

- 1) об'єднання (злиття) підприємств;
- 2) виокремлення нових структурних підрозділів;
- 3) створення холдингової компанії з дочірніми підприємствами;
- 4) передавання виокремлюваних структурних підрозділів у сферу управління іншого суб'єкта господарювання;
- 5) перепрофілювання підприємства тощо.

У межах запобігання кризовим явищам та процесам значна увага приділяється санації підприємства, яка розглядається як складова реструктуризації.

Санація (від лат. *sanare* – оздоровлення, одужання) – це система заходів, що проводяться з метою запобігання банкрутству суб'єктів господарювання і спрямовується на їхнє майбутнє відродження.

Отже, реструктуризація може здійснюватися у процесі звичайного режиму функціонування підприємства з метою його подальшої оптимізації, а санація – це засіб запобігання виходу підприємства з ринкової орбіти.

Класична модель санації передбачає:

- 1) здійснення причинно-наслідкового аналізу виникнення кризового стану;
- 2) прийняття рішення щодо ліквідації підприємства;
- 3) вжиття примусових або добровільних заходів щодо санації;
- 4) визначення цілей санації;

- 5) опрацювання програми санації;
- 6) вихід із кризи та відновлення позицій на ринку.

Серед основних способів санації доцільно виокремити наступні:

- перепрофілювання підприємства;
- мирова угода з кредитором про відкладення боргів або їхнє дарування;
- ліквідація (у разі її наявності) дебіторської заборгованості;
- продаж частини майна боржника як цілісного майнового комплексу (згідно до Господарського кодексу України);
- виконання зобов'язань боржника його власником;
- взяття на себе інвестором зобов'язань боржника шляхом переведення боргу і його подальшого виконання тощо.

Деякі економісти розглядають реструктуризацію як один із способів санації підприємства.

Вибір способу санації залежить від низки чинників та критеріїв, серед яких найчастіше мають вплив наступні:

- 1) забезпечення максимально можливої прибутковості у поєднанні з мінімізацією витрат;
- 2) існування ризику неповернення боргів (у тому числі і за вкладами у цінні папери);
- 3) відсутність можливостей стягнення дебіторської заборгованості;
- 4) появи шансу переходу на більш перспективний ринок;
- 5) гарантії соціального захисту персоналу.

Варто наголосити, що ресурсні потенціали окремих суб'єктів господарювання, будучи однаковими за своїми якісними та кількісними показниками, ні в якому разі не призводять до однакових результатів функціонування економічної системи. Це свідчить про унікальність співвідношення складових елементів у сукупності потенціалу, рівня розвитку системи менеджменту. Управління, система менеджменту надає підприємству системного характеру, регулює і координує діяльність усіх структурних підрозділів та служб з метою здійснення реалізації заздалегідь визначених цілей на основі їх узгодження, що гармонізує взаємозв'язки виробничої системи у цілому.

Механізми управління потенціалом підприємства мають за мету досягнення реально можливих результатів на основі врахування фактичного стану об'єкту управління та прагнення власника поетапно впливати на процес досягнення такої мети. Тому управління як систему варто розглядати як гармонійне поєднання людських і матеріальних ресурсів з метою досягнення об'єктом управлінського впливу ефективних результатів.

Управління ресурсовикористанням є процесом, спрямованим на оптимізацію цілей ресурсовитрат і шляхів її досягнення, що мають бути чітко визначені власником, відповідати вимогам об'єктивних економічних законів, задовольняти потреби суспільства. Проблема забезпечення ресурсоощадного господарювання визначає необхідність пошуку шляхів удосконалення механізмів управління потенціалом кожного підприємства, ресурсоощадного

господарювання, що сприятиме підвищенню ефективності використання усіх складових у сукупності потенціалу, дасть змогу забезпечити конкурентоспроможність продукції підприємства на ринку.

#### ***4 Методика діагностики фінансово-економічного стану підприємства***

Основним завданням фінансово-економічної діагностики є системна оцінка результативності господарської діяльності за кілька періодів, виявлення факторів, які позитивно чи негативно вплинули на неї, а також визначення реальної фінансової стійкості підприємства в цілому чи окремих аспектів його платоспроможності, кредитоспроможності, інвестиційної привабливості тощо.

Слід зазначити, що поняття „діагностика” раніше вживалося переважно в медицині та означало мистецтво розпізнавання хвороби за її симптомами. При цьому керувалися певними правилами, що були розроблені на основі досвіду попередніх поколінь. В економічному значенні термін „діагностика” вживався здебільшого як синонім дослідження, вивчення чинників впливу на підприємницьку діяльність.

На сьогодні існує декілька підходів до визначення діагностики, але й досі не вироблена єдина концепція діагностики, її змісту і функцій, а також методів її проведення. Визначення сутності діагностики знайшла відображення в працях Е. Короткова, А. Беляєва, Д. Валового, які розуміють під нею „визначення стану об’єкта, предмета, явища або процесу управління через реалізацію комплексу дослідницьких процедур, пошук в них слабких ланок та „вузьких місць”.

Більш широкий та фундаментальний підхід висвітлений у роботах А. В. Вартанова, Г. В. Савіцької та Е. М. Стоянової. У них діагностика, зокрема економічна, розглядається з позицій системного підходу, що дозволяє не тільки всебічно оцінювати стан об’єкта в умовах неповної інформації, але і виявляти проблеми його функціонування, а також окреслювати шляхи їх вирішення, враховуючи коливання параметрів системи. Крім того, з позицій даного підходу існує можливість вивчати режими функціонування системи в цілому. До того ж, А. Вартанов вказує на суттєві відмінності діагностики від аналізу, які не враховуються багатьма авторами: „на відміну від економічного аналізу, який направлений на вивчення динаміки економічних показників, діагностика дозволяє ще й виявляти структуру зв’язків між цими показниками, щільність та динаміку цих зв’язків”. Тому, доводить автор, поряд з аналізом та вивченням впливу окремих факторів доцільно використовувати економічну діагностику.

Даний підхід є більш перспективним з точки зору виявлення суті, функцій і методів економічної діагностики, а крім того, в набагато більшій мірі відповідає визначенню діагностики. Крім цього, визначений цими авторами погляд на діагностику дозволяє широко використовувати її можливості в процесі управління об’єктом як системою, що складається з взаємопов’язаних елементів, кожний з яких володіє власними особливостями і впливає на поведінку системи в цілому. З позицій такого підходу „економічна діагностика

дозволяє вирішувати наступні задачі: оцінити економічний стан підприємства; стабільність його функціонування; визначити можливі варіанти економічної динаміки, виходячи з структурного зв'язку між показниками; оцінити можливі наслідки управлінських рішень, що пов'язані з ефективністю виробництва, фінансовим станом, платоспроможністю та ін.”.

Процес діагностики – це не одноразова дія, а постійна систематична діяльність, ефективність якої значною мірою обумовлюється нагромадженням досвідом. Доцільно виокремлювати внутрішню та зовнішню діагностику – залежно від явищ, що підлягають фіксації; етіологічну та симптоматичну діагностику – залежно від характеру дослідження. Так, під етіологічною діагностикою слід розуміти систему аналізу фінансово-економічної діяльності підприємства, що побудована за принципом „від причини до симптому”, тобто за принципом зосередження основної уваги дослідника на встановленні причинно-наслідкових зв'язків між подіями внутрішнього та зовнішнього середовища господарювання. Така система діагностики дає змогу передбачати розвиток позитивних чи, навпаки, деструктивних процесів на підприємстві.

Симптоматична діагностика – це система аналізу, що передовсім фіксує позитивні чи негативні вияви різноманітних чинників, а потім досліджує їхні причинно-наслідкові зв'язки. За створення такої системи на підприємстві аналітики основну увагу приділяють достовірності та повноті фіксації змін внутрішнього та зовнішнього середовища, тобто система працює за принципом „від симптому до причини”.

Таким чином, система діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства базується на використанні алгоритмів, технологій, методів і показників економічного аналізу, побудованих на інформаційній базі господарського обліку. З огляду на це, доцільно розглянути певні методологічні основи фінансово-економічного аналізу та господарського обліку, а потім сформулювати комплексну систему діагностики діяльності підприємства.

У фінансово-економічній діагностиці використовується система показників, що покликана відобразити:

1. Джерела формування капіталу;
2. Розмір і структуру основного та оборотного капіталу;
3. Ефективність використання коштів, персоналу підприємства;
4. Фінансову стійкість (стабільність); фактори зміни фінансового стану підприємства;
5. Величину потенціалу підприємства та рівень його використання;
6. Індикатори (симптоми) нестабільності фінансового стану, тобто індикатор кризових явищ.

Крім перелічених основних груп, система аналітичної діагностики може включати інші показники, необхідність розрахунку яких зумовлюється метою дослідження.

Фінансово-економічний стан підприємства – це складна інтегрована характеристика його діяльності за багатьма критеріями.

Фінансовий аналіз у ретроспективі та перспективі проводиться за допомогою різних типів моделей, що дають змогу структурувати й ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками. Можна виділити три основні типи моделей: дескриптивні, предикативні та нормативні.

Дескриптивні моделі, відомі також як моделі описового характеру, вважають основними для оцінки фінансово-економічного стану підприємства. До них відносять побудову системи звітних балансів, подання фінансової звітності в різних аналітичних розрізах, вертикальний і горизонтальний аналіз звітності, систему аналітичних коефіцієнтів, аналітичні записки до звітності.

Предикативні моделі – це моделі прогностичного характеру, які використовуються для прогнозування доходів підприємства та його майбутнього фінансового стану.

Нормативні моделі уможливають порівнювання фактичних результатів діяльності підприємств з очікуваними, розрахованими за балансом доходів та видатків. Ці моделі використовуються в основному у внутрішньому фінансовому аналізі, а також в управлінському обліку.

Технологія побудови конкретної моделі оцінки та аналізу фінансово-економічного стану визначається аналітиком з урахуванням потужності підприємства, рівня спеціалізації його операційних процесів, якості менеджменту, структури управління та інших факторів.

Однією з найвідоміших у нашій країні методик оцінки є модель Du pont, яку було розроблено в Німеччині ще в 20-х рр. XX ст. Модель призначено для показу взаємозв'язків між прибутком на інвестований капітал, оборотністю активів, чистим доходом та левереджем. Добуток величини коефіцієнтів прибутковості за збутом на величину коефіцієнта обороту загальної вартості майна (суми активів) – основне рівняння моделі.

Коефіцієнт прибутковості активів після відрахування відсотків за позиковий капітал і податків (КППВ) розраховується за формулою:

$$КППВ = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Обсяг збуту}} \times \frac{\text{Обсяг збуту}}{\text{Загальна вартість майна}} \dots\dots\dots(5.1)$$

Особливістю аналізу є те, що розрахований коефіцієнт має бути додатково помножений на мультиплікатор акціонерного капіталу, тобто на відношення сумарної величини власного капіталу до валюти балансу.

Основну ідею такого аналізу можна зобразити графічно (рис. 5.1).

Модель Du pont базується переважно на джерелах фінансової інформації, а саме: балансі та звіті про фінансові результати. Крім того, для розрахунків показників обсягів продажу (за групами продукції) за вихідні дані беруть інформацію маркетингових служб. На основі цієї методики можна визначити основні фактори, які впливають на прибутковість підприємницької діяльності, а також на системній основі ідентифікувати “слабкі місця” економічної системи.



Дальшого розвитку система ZVEI набула в дослідженнях учених Кельнського інституту, які доповнили її системою позавиробничих і внутрішньовиробничих факторів, що дало змогу проводити не тільки вартісний аналіз підприємницької діяльності, а й використовувати окремі неформальні критерії.

Аналіз коефіцієнтів (К-аналіз) базується на розрахунку співвідношень різних абсолютних показників. У процесі цього аналізу визначаються різноманітні відносні показники, що характеризують певні аспекти формування, розподілу й використання прибутку (доходу). У практиці управління прибутком найбільш поширено такі три групи аналітичних коефіцієнтів: коефіцієнти рентабельності, коефіцієнти розподілу прибутку (доходу), інші групи фінансових коефіцієнтів.

Таблиця 5.2 – Основні показники моделі ZVEI

Показник	Технологія розрахунку показники
Інвестиції власного капіталу в основні засоби	$[Власний\ капітал] : [Основні\ фонди] \times 100$
Структура активів	$[Основні\ засоби] : [Оборотні\ фонди] \times 100$
Ліквідність з урахуванням оборотних коштів	$[Оборотні\ кошти] : [Короткострокові\ зобов'язання] \times 100$
Ліквідність з урахуванням дебіторської заборгованості	$[Кошти\ в\ касі\ (на\ поточному\ рахунку) + Дебіторська\ заборгованість] : [Короткострокові\ зобов'язання] \times 100$
Ліквідність з урахуванням грошових	$[Кошти\ в\ касі\ (на\ поточному\ рахунку)] : [Короткострокові\ зобов'язання] \times 100$
Фінансування	$[Власний\ капітал] : [Позиковий\ капітал] \times 100$

Коефіцієнти рентабельності. Основною метою розрахунку й використання цієї системи коефіцієнтів є визначення ефективності формування прибутку (доходу) підприємства.

Рівень ефективності оцінюється за всіма видами прибутку (доходу) – маржинального, валового (балансового), чистого. Коефіцієнти рентабельності можуть визначатись як у частках одиниці, так і у відсотках. Для деталізованої оцінки прибутку використовуються такі і наступні коефіцієнти рентабельності.

1. Для оцінки ефективності формування прибутку (доходу) в процесі операційної діяльності:

- коефіцієнт рентабельності активів (коефіцієнт економічної рентабельності), що характеризує загальний рівень прибутку, котрий генерують усі активи підприємства;

- коефіцієнт рентабельності власного капіталу (коефіцієнт фінансової рентабельності), що характеризує загальний рівень прибутку (доходу) від

власного капіталу і служить мірою оцінки ефективності його використання на даному підприємстві;

- коефіцієнт рентабельності операційних активів, що характеризує рівень прибутку (доходу), котрий створюється тільки тією частиною активів підприємства, яка безпосередньо обслуговує виробничо-збутову діяльність;

- коефіцієнт маржинальної рентабельності реалізації продукції, що показує, в якій мірі обсяг реалізації продукції забезпечує отримання маржинального прибутку підприємства;

- коефіцієнт валової рентабельності реалізації продукції;

- коефіцієнт валової рентабельності операційних витрат, котрий характеризує співвідношення суми прибутку і витрат, понесених на його формування;

- коефіцієнт чистої рентабельності операційних витрат.

2. Для оцінки ефективності, формування прибутку (доходу) в процесі інвестиційної діяльності:

- коефіцієнт рентабельності інвестицій, що характеризує прибутковість використання інвестиційних ресурсів у цілому на підприємстві;

- коефіцієнт дохідності фондового портфеля, що характеризує загальний рівень дохідності реформованого підприємством портфеля цінних паперів.

3. Для оцінки ефективності формування прибутку в процесі фінансової діяльності:

- вартість залученого капіталу, тобто співвідношення суми залучених коштів і витрат з їх обслуговування;

- вартість залучення додаткового власного капіталу;

- коефіцієнт рентабельності середнього залишку грошових активів на рахунках у банку, що розраховується тоді, коли відповідно до угод про розрахунково-касове обслуговування банк виплачує підприємству депозитний відсоток на середній залишок грошових коштів на рахунках.

Коефіцієнти ефективності розподілу прибутку (доходу). Головною метою розрахунку й використання цієї системи коефіцієнтів є визначення міри оптимального розподілу і використання прибутку.

1. Для узагальненої оцінки ефективності розподілу прибутку:

- коефіцієнт оподаткування прибутку;

- коефіцієнт чистого прибутку;

- коефіцієнт капіталізації прибутку;

- коефіцієнт споживання прибутку;

- коефіцієнт інвестування капіталізованого прибутку;

- коефіцієнт резервування прибутку.

2. Для оцінки ефективності використання прибутку, спрямованого на споживання:

- коефіцієнт виплат прибутку власникам (коефіцієнт дивідендних виплат);

- рівень прибутку власників на вкладений капітал;

- коефіцієнт участі персоналу в прибутках;



- коефіцієнт стимулювання праці за рахунок прибутку;
- середній рівень виплат прибутку персоналу.

Інші групи фінансових коефіцієнтів.

До цієї групи входять коефіцієнти, що в тій чи іншій мірі характеризують фінансовий стан підприємства – показники платоспроможності, ліквідності тощо.

Концепція інтегрованого об'єктно-орієнтованого аналізу прибутку, розроблена фірмою „Модернсофт”, базується на використанні комп'ютерної технології та спеціального пакета прикладних програм. Основою цієї концепції є створення моделі формування прибутку підприємства як сукупності взаємодіючих первинних фінансових блоків, котрі моделюють „класи” елементів, що формують суму прибутку. Систему блоків і класів можна розширювати та поглиблювати в міру модифікації напрямків діяльності підприємства й появи докладнішої інформації про процес формування прибутку.

Методику рейтингової оцінки розроблено Б.И. Майданчиком, В.В. Дроздовою, В.П. Івановою та іншими. Використання такої методики дає можливість охарактеризувати фінансовий стан підприємства за допомогою одного синтезованого показника — рейтингу, який вимірюється в балах. У дальших дослідженнях визначаються можливі коливання цього рейтингу в межах гранично допустимого інтервалу.

Основні етапи методики

1. Збирання та аналітичне оброблення вихідної інформації за відповідний період.

2. Обґрунтування системи показників рейтингової оцінки. У методиці сформовано чотири групи показників:

- показники платоспроможності;
- показники фінансової стійкості;
- показники ефективності підприємницької діяльності;
- показники оцінки економічного потенціалу.

Необхідно провести ранжування цих показників за рівнем їхньої вагомості.

3. Вибір та економічне обґрунтування критеріїв оцінки фінансової стійкості та встановлення обмежень їхньої зміни.

На даному етапі для кожного показника групи розраховують максимальне та мінімальне значення, а також оптимальні величини граничних інтервалів. Крім того, методика передбачає як критеріальну ознаку не конкретний показник, а тенденцію зміни (тренд). Залежно від характеру та величини відхилення конкретного показника від установленого значення йому надають відповідну оцінку в балах. Наступним етапом аналізу є визначення внутрішнього рейтингу групи.

4. Кінцева рейтингова оцінка фінансового стану підприємства як завершальний етап аналітичної діагностики.

На підставі загальної суми балів підприємство відносять до певної групи:

- вища – підприємство з абсолютно стійким фінансовим станом, що підтверджується високим загальним рейтингом та частковими рейтингами груп показників;
- перша – підприємство; зі стійким фінансовим станом, хоч є певні відхилення за окремими показниками;
- друга – підприємство що, на даному етапі має певні фінансові труднощі, які можна подолати завдяки внутрішньому потенціалу системи;
- третя – підприємство характеризується підвищеним ризиком, рівень якого може бути знижений завдяки реструктуризації, диверсифікації, реконструкції, радикальній інноваційній стратегії тощо;
- четверта – підприємство має незадовільний фінансовий стан, і немає перспектив його поліпшення.

До методик аналізу фінансово-економічної діяльності підприємства відносять експертну систему діагностики та аудиту фінансово-господарського стану підприємства, опрацьовану аудиторською фірмою „АУРУМ”. Методика включає такі етапи:

- адаптація інформації;
- аналіз показників платоспроможності (ліквідності) та фінансової стійкості;
- розрахунок запасу фінансової міцності підприємства;
- експертна діагностика отриманих результатів;
- оцінка перспектив розвитку підприємства та розроблення загальних рекомендацій зі стратегічного планування.

У цій методиці використовують такі показники:

1. Платоспроможності:
  - 1.1. Загальний коефіцієнт покриття.
  - 1.2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності.
  - 1.3. Проміжний коефіцієнт покриття.
  - 1.4. Показник загальної платоспроможності.
  - 1.5. Коефіцієнт чистої виручки.
  - 1.6. Показник оцінки безпеки власних фінансових ресурсів у статутному капіталі.
  - 1.7. Середній строк оплати товарів та послуг.
  - 1.8. Результат фінансово-господарської діяльності.
2. Фінансової стійкості підприємства:
  - 2.1. Ефект фінансового важеля.
  - 2.2. Рентабельність власних коштів.
  - 2.3. Плече важеля (коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів).
  - 2.4. Коефіцієнт фінансової незалежності.
  - 2.5. Коефіцієнт довгострокового залучення позикового капіталу.
  - 2.6. Коефіцієнт маневреності власних коштів.
  - 2.7. Коефіцієнт нагромадження амортизації.

2.8. Коефіцієнт реальної вартості основних та оборотних фондів у майні підприємства.

2.9. Запас фінансової міцності.

2.10. Співвідношення фінансових витрат та економічного ефекту.

2.11. Коефіцієнт покриття інвестицій.

2.12. Показник співвідношення суми коштів для самофінансування підприємницької діяльності та доданої вартості.

2.13. Рамбурсна здатність (I та II варіант).

2.14. Показник співвідношення позикових коштів і власного капіталу.

У кінцевому підсумку, всі розраховані показники мають допомогти групі експертів зробити висновок щодо ефективності використання капіталу, розподілу-прибутку, рівня ліквідності активів тощо. Перевагою (одночасно й недоліком) даної методики є можливість урахування унікального досвіду експертів за прийняття управлінських рішень; що дає змогу враховувати неформалізовані характеристики підприємницької діяльності, але призводить до певної суб'єктивності кінцевих висновків.

Варто також розглянути вже згадувану методику поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій, розроблену Агентством з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій у 1997 р. Її особливістю є використання вживаних у нашій країні методів фінансового аналізу, форм бухгалтерської звітності, методів оподаткування. Основним завданням проведення аналізу є оцінка результатів господарської діяльності за попередній та поточний роки, виявлення факторів, які позитивно чи негативно вплинули на показники роботи підприємства, а в кінцевому підсумку – прийняття рішення про визнання структури балансу задовільною (незадовільною), а підприємства – платоспроможним (неплатоспроможним). Відповідно до цього методика складається з двох частин: аналізу фінансового стану підприємства та аналізу його виробничо-господарської діяльності. До методики входять такі складові, що підлягають аналізу: валюта балансу та його структура; власні кошти; кредиторська заборгованість; основні засоби та інші необоротні активи; власні оборотні засоби; витрати на виробництво; прибутковість підприємства; напрямки використання прибутку; види виробничо-господарської діяльності; виробництво основних видів продукції; основні фонди; трудові ресурси; об'єкти незавершеного будівництва; соціальні об'єкти; заходи з охорони навколишнього середовища; конкурентне середовище та маркетинг. Аналіз провадиться за такими показниками:

1. Фінансового стану: коефіцієнт покриття; коефіцієнт забезпечення власними коштами; коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт автономії; коефіцієнт фінансової стабільності; показник фінансового левереджу;

2. Виробничо-господарської діяльності: рентабельність продукції; собівартість товарної продукції; коефіцієнт використання потужностей; величина робочого капіталу; маневреність робочого капіталу; коефіцієнт

оборотності запасів; час обороту оборотних засобів; коефіцієнт оборотності запасів; час обороту запасів; фондівдача.

Методика базується на використанні інформації з відкритої статистичної звітності, а також із бухгалтерської звітності внутрішньофірмового призначення. Ця методика орієнтується на проведення традиційного фінансового аналізу, а вивчення виробничо-господарської діяльності обмежується кількома показниками, що не створюють цілісної системи.

Удосконалена методика має антикризовий характер.

Для своєчасного виявлення процесів формування незадовільної структури балансу в прибуткового підприємства, а також для проведення компенсаційних заходів з відновлення платоспроможності, методика рекомендує використовувати коефіцієнт Бівера. Останній розраховується діленням різниці між чистим прибутком і нарахованою амортизацією на суму довгострокових та поточних зобов'язань. Незадовільною визнається така структура балансу, для якої значення коефіцієнта Бівера протягом 1,5 – 2 років не перевищує 0,2.

Фінансовий аналіз підприємства провадиться за такими етапами:

1. Оцінка майнового стану підприємства та динаміка його зміни;
2. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства;
3. Аналіз ліквідності;
4. Аналіз ділової активності;
5. Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості);
6. Аналіз рентабельності.

Нині у світовій практиці переважають два підходи до управління фінансово-економічною діяльністю та проведення аналізу.

Досліджуючи залежність між реальною гнучкістю і фінансовою структурою підприємства, Пітер Маккей виокремлює дві гіпотези, що конкурують між собою. Відповідно, до першої вартісної – компанія підвищує платоспроможність, можливість залучення капіталу на значний термін, здатність емітувати вільноконвертовані боргові папери, якщо вона спроможна узгодити власне виробництво, власний потенціал з новими господарськими умовами і у такий спосіб зменшити ймовірність невдач чи утворення „боргового тягаря” та збільшити вартість активів, що забезпечують її платоспроможність. Відповідно до агентської гіпотези умови надання кредитів можуть суттєво ускладнюватися, якщо кредитори, акціонери та інші економічні суб'єкти використовуватимуть реальну гнучкість економічної системи для генерування ризиків, удаючись до надто ризикових стратегій чи заміщення активів більш ризиковими.

У цілому співвідношення капіталу компанії та позикових коштів і структура боргу, негативно впливають на: виробничу гнучкість і потенціал адаптації економічної системи у цілому, погіршуючи фінансові можливості підприємства.

На основі загальної класифікації чинників впливу на фінансово-економічну діяльність підприємства доцільно створити комплексну систему аналізу.

Насамперед зазначимо, що чинників (залежно від результативного показника) можуть одночасно вважатися як прямими, так і непрямими (тобто впливати на результативний показник опосередковано через інші чинники). Оскільки на результативний показник одночасно може впливати значна кількість чинників, то необхідна їх систематизація.

Одним з основних методів вивчення причинно-наслідкових зв'язків є побудова моделей факторних систем. Взаємозв'язок між результативними та факторними показниками у даних моделях. Може бути прямим (детермінованим) чи опосередкованим (стохастичним). За побудови системи етіологічної діагностики вплив детермінованих чинників слід враховувати на рівні 85–95 %, а якщо це неможливо – використовувати інші методи, що забезпечують досягнення прийнятних результатів (теорію ігор, математичне стохастичне моделювання тощо).

У процесі побудови системи аналітичної фінансово-економічної діагностики доцільно розмежувати загальний процес за окремими етапами.

I. Формулювання завдань і системи цільових орієнтирів діагностики.

II. Визначення об'єктів аналізу (проблемного поля дослідження);

III. Опис способів дослідження певних об'єктів.

IV. Створення системи показників, що описуватимуть кожен об'єкт аналізу окремо та в їхньому взаємозв'язку.

V. Формування інформаційної бази аналізу (джерел аналізу).

VI. Організація аналізу.

VII. Забезпечення технічними засобами проведення діагностики.

VIII. Формування критеріїв і стандартів результативної інформації.

Усі показники, починаючи з четвертого етапу, є взаємопов'язаними, що впливає з реальних зв'язків між господарськими явищами та процесами в економічній системі.

Результативність фінансово-економічної діяльності підприємства заведено характеризувати показниками рентабельності.

Технологія проведення діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства впливає з логіки дослідження та методології побудови системи етіологічної діагностики (рис. 5.2).



Рисунок 5.2 – Алгоритм проведення діагностики фінансово-економічної діяльності підприємств

Усі запропоновані показники розглядаються в динаміці (визначаються темпи зростання або зменшення), що дає змогу визначити прогностні значення за кожним з них. Діагностика фінансово-економічного стану господарюючих суб'єктів за запропонованою базовою схемою дасть змогу не тільки оцінити об'єктивний стан обраних параметрів фінансово-економічного стану та інтерпретувати їх для формування висновків та рекомендацій по оцінці поточного фінансового стану, але й визначити його перспективну позицію.

## Список рекомендованої літератури

### *Базова*

1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / М. В. Афанасьєв, А. Б. Гончаров ; [за ред. М. В. Афанасьєва]. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 410 с.
2. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2003. – 608 с.
3. Економіка підприємства : підручник / І. О. Чаюн, Г. М. Богославець, Л. Л. Стасюк та ін. ; за заг. ред. проф. Н. М. Ушакової. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.
4. Економіка підприємства : підручник / за ред. А. В. Шегди. – К. : Знання, 2006. – 615 с.
5. Фінанси підприємства : підручник / кер авт. колект. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 3-є вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2000.
6. Фінанси підприємства : підручник / Л. О. Гуляєва, Н. А. Гринюк та ін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 491 с.
7. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник / под ред. Е. С. Стояновой. – М. : Изд. "Перспектива", 1999. – 656 с.
8. Харів П. С. Економіка підприємства : збірник задач і тестів / П. С. Харів. – К. : Знання-Прес, 2001. – 301 с.
9. Шаповал В. Економіка підприємства. Уведення в спеціальність / В. Шаповал. – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2002. – 286 с.
10. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфуліна. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 176 с.

### *Допоміжна*

1. Абрютіна М. С. Финансовый анализ коммерческой деятельности : учебн. пособ. / М. С. Абрютіна. – М. : Финпресс, 2002.
2. Андрощук Г. А. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны / Г. А. Андрощук. – К. : Изд. Дом "Ин Юре", 2000. – 398 с.
3. Баранов В. В. Финансовый менеджмент. Механизмы финансового управления предприятиями в традиционных и наукоемких отраслях : учебн. пособ. для вузов / В. В. Баранов. – М. : Дело, 2002.
4. Бойчик І. М. Економіка підприємства: навч. посібн. / І. М. Бойчик. – К. : Атіка, 2007. – 528 с.
5. Бочаров В. В. Финансовый анализ / В. В. Бочаров. – СПб. : Питер, 2001.
6. Бригхэм Ю. Ф. Финансовый менеджмент / Ю. Ф. Бригхэм, М. С. Эрхардт : пер. с англ. – СПб. ; М. ; Нижний Новгород ; Воронеж : Питер, 2007. – 959 с.
7. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами / Дж. К. Ван Хорн / гл. ред. сер. Я. В. Соколов ; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 2001.
8. Економіка підприємства / за ред. І. М. Бойчук. – К. : Каравела; Львів : Новий Світ, 2009. – 292 с.

9. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко. – Х. : Фактор, 2012. – 144 с.
10. Круш П. В. Економіка підприємства : навч. посібн. / П. В. Круш, В. І. Подвігіна та ін. – К. : Ельга-Н ; КНТ, 2007. – 777 с.
11. Остапенко В. В. Финансы предприятия учебн. пособ. / В. В. Остапенко. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Омега-Л, 2007. – 302 с.
12. Чаюн І. О. Планування виробничої програми та її ресурсне забезпечення / І. О. Чаюн, І. Ю. Бондар. – К. : КНТЕУ, 2011. – 126 с.
13. Швецов В. П. Экономические основы предпринимательской деятельности. – М. : Экономика, 2000. – 196 с.
14. Шершньова З. Є. Стратегія управління / З.Є. Шерньова. – К. : КНЕУ, 2003.

### *Інформаційні ресурси*

71. Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
72. Сайт Мега-Нау. – Режим доступу : [www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua).
73. Сайт Право. Україна. – Режим доступу : [www.legal.com.ua](http://www.legal.com.ua).
74. Сайт Укрправо. – Режим доступу : [www.ukrpravo.com](http://www.ukrpravo.com).



*Навчальне видання*

**ВЕЛИЧКО** Вікторія Валеріївна

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**  
з курсу

# **ЕКОНОМІКА І ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВА**

*(для студентів денної та заочної форм навчання  
за напрямом підготовки 6.030601 – Менеджмент)*

*За авторською редакцією*

Комп'ютерне верстання *В. В. Величко*

План 2014, поз. 106 Л

---

Підп. до друку 15.06.2015

Формат 60x84/16

Друк на ризографі

Ум. друк. арк. 8,1

Тираж 50 пр.

Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: [rectorat@kname.edu.ua](mailto:rectorat@kname.edu.ua)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК №4705 від 28.03.2014 р.